

Peningkatan Pemasaran Industri Paving Block Berbasis Online di Tengah Pandemi Covid 19 di Kota Kendari

Irmawatty P.Tamburaka^{*1}, Romy S. Edwin², Fitriah³, Bambang Pramono⁴, Ihsan Sarita⁵

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHO

^{2,3,4,5}Fakultas Teknik UHO

Email : irmatamburaka19@gmail.com¹, romy.edwin@uho.ac.id², fitriah.ecek@uho.ac.id³, Bambang.pramono@uho.ac.id⁴, ihsansarita@yahoo.co.id⁵

Abstract

Community service activities are carried out to provide assistance to the situation experienced by the SME sector regarding the marketing or sales model of sudden changes as a result of the Covid 19 pandemic. The partner that is fostered is UKM Bulukumba Jaya, a partner business engaged in the business of selling paving block building materials, having its address at Kessilampe District, Kendari City, Southeast Sulawesi. Partners produce paving blocks in large quantities and according to standards, the sales model so far has been conventional. The problem with partners is from the sales aspect, during the Covid 19 pandemic, paving block sales experienced a decline and even lost or did not experience profits as targeted. The method of implementation is starting with a location survey, assisting and guiding partners which is carried out for two months. The result of the activity is that partners understand and simultaneously implement online-based marketing models through computers and cellphones by displaying photos of packaged paving block models. The website can be accessed via <http://bulukumba-jaya.com/>

Keywords : marketing, paving block, online, pandemic of covid 19

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan untuk memberikan pendampingan terhadap situasi yang dialami sektor UKM terhadap model pemasaran atau penjualan terhadap perubahan secara mendadak sebagai akibat pandemic covid 19. Mitra yang dibina adalah UKM Bulukumba Jaya, usaha mitra bergerak dalam bidang usaha penjualan bahan bangunan paving block, beralamat di Kecamatan Kessilampe Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Mitra memproduksi paving block dalam jumlah yang besar dan sesuai standar, model penjualan selama ini dilakukan secara konvensional. Masalah mitra adalah dari aspek penjualan, di masa pandemic covid 19 penjualan paving block mengalami penurunan dan bahkan merugi atau tidak mengalami keuntungan sesuai target. Metode pelaksanaan adalah diawali survey lokasi, mendampingi dan membimbing mitra yang dilaksanakan selama dua bulan. Hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa mitra memahami dan sekaligus melaksanakan model pemasaran berbasis online melalui perangkat computer dan handphone dengan menampilkan foto-foto model paving block yang sudah dikemas secara menarik. Adapun website bisa diakses melalui <http://bulukumba-jaya.com/>

Kata kunci : pemasaran. paving block, online, pandemic covid 19

1. PENDAHULUAN

Secara global pandemi Covid-19 memberi dampak di berbagai sektor, terutama sektor ekonomi. Proyeksi International Monetary Fund (IMF) perekonomian global akan tumbuh minus di angka 3%. Secara signifikan berdampak pada berbagai sektor antara lain sektor perdagangan, sektor pariwisata, serta pelaku usaha dalam hal ini UMKM. Berdasarkan data di Indonesia terdapat 11.92 kasus covid 19 (covid19.go.id). Secara langsung terlihat dari adanya pemutusan kerja (PHK) pada beberapa perusahaan secara besar-besaran bahkan ada beberapa usaha merumahkan karyawan karena penutupan perusahaan.

Data tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM di Indonesia mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja. (Kementerian Koperasi dan UKM) tenaga kerja tersebut didominasi UMKM yang merupakan tulang punggung perekonomian secara nasional, di samping itu tidak hanya pada aspek produksi dan pendapatan namun terjadi pengurangan jumlah tenaga kerja.. (Pakpahan A.K, 2020) Menghadapi pandemi sektor UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas hal ini sebabkan

rendahnya tingkat digitalisasi, kendala mengakses teknologi dan rendahnya pemahaman mengenai strategi bertahan dalam bisnis. (OECD, 2020). Seiring berkembangnya zaman sektor UMKM harus mampu menyesuaikan diri agar bisnis mampu bertahan. Di masa pandemic covid 19 banyak usaha kecil menengah terpuruk kondisinya dan bahkan menutup usahanya dikarenakan arus kas mengalami penurunan (Baker, T et al., 2020). Guna membantu para pelaku usaha perlu dilakukan pelatihan, pendampingan dan penyuluhan (Hanafi et al., 2022).

Peraturan Pemerintah Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar mengatur pergerakan orang serta barang dan bagi masyarakat yang tidak memiliki keperluan sebaiknya tinggal di rumah saja. Membatasi kegiatan operasional UMKM serta mengurangi aktivitas belanja konsumen secara langsung. Para pelaku usaha harus dapat menyesuaikan diri melalui usaha *online* atau memasarkan produknya melalui *e-commerce*. Model pemasaran melalui *E-commerce* membantu memudahkan produsen maupun konsumen melakukan transaksi barang maupun jasa melalui media elektronik (Kotler, 2012). Menurut (Setyorini D, 2019) hal yang menarik terjadi peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM secara positif dan signifikan dengan adanya media *E-commerce*. Sedangkan menurut (Rachmawati et al., 2020). Sektor UMKM merupakan motor penggerak pertumbuhan ekonomi dan sektor yang banyak menyerap tenaga kerja. Sedangkan (David, 2011) mendeskripsikan bahwa pemasaran proses kegiatan dari membuat definisi, adanya antisipasi, hak cipta, guna memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat pengguna barang maupun jasa. Guna memasarkan barang dan jasa, ada banyak metode yang digunakan perusahaan agar produknya diketahui masyarakat konsumen. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran, seiring berkembangnya zaman produsen dituntut untuk mampu berinovasi dan kreatif. Kesiapan produsen adalah harus memiliki kemampuan memasarkan produksinya melalui media elektronik, di samping itu konsumen juga harus memiliki pengetahuan mengoperasikan aplikasi melalui media sosial agar kebutuhan konsumen dapat tercapai melalui transaksi online. Kegiatan bertransaksi online dilakukan secara bebas baik tempat dan waktu sesuai kebutuhan.

Selanjutnya menurut (Sumarni et al., 2020) bahwa pada saat Pandemi Covid-19 pelaku usaha harus memaksa diri untuk bertahan dengan tetap memproduksi, memasarkan dan transaksi produknya secara online. Pemilik usaha kadang terdesak kebutuhan ekonomi sehingga UMKM tidak memiliki kompetensi untuk mengembangkan usahanya.

Untuk menghasilkan nilai penjualan yang tinggi paving block, salah satu hal utama yang dilakukan adalah dengan meningkatkan model pemasarannya, misalnya melalui model website online. Pemahaman ini masih belum dimiliki oleh sebagian besar pelaku usaha paving block yang ada di Kota Kendari. Disisi lain, kebutuhan pasar semakin meningkat, hal ini perlu dibangun dengan perhatian yang besar terhadap kebutuhan pemasaran di masa pandemic covid 19, Mutu dan spesifikasi dari produk paving blok sudah memenuhi standard dan pasar akan tetapi jumlah yang terjual masih terbilang rendah. Untuk mengatasi masalah ini perlu dilakukan model pemasaran dengan menggunakan perangkat teknologi atau biasa disebut website.

Salah satu pelaku usaha beton cetak adalah Bapak Ahmad Ahril pemilik usaha Aneka Industri Bulukumba Jaya yang sudah melakukan usaha paving block sejak tahun 1990. Lokasi usaha berada di samping Kompleks Angkatan Laut Kendari tepatnya di Jl. RA.Kartini No.1. Awal melakukan usaha paving block dibuat secara manual dengan menggunakan 1 buah cetakan paving block, menghasilkan rata-rata 300 buah paving block per hari. Seiring berkembangnya usaha tersebut kini pemilik usaha sudah menggunakan metode cetak menggunakan mesin semi otomatis press. Dengan hasil produksi naik hingga 5 kali lipat dari cara manual. Produksi cetak paving block menggunakan komposisi material pasir nambo campur pasir halus berasal dari Pohara, di samping itu menggunakan semen PCC, abu batu dari moramo serta air. Kuat tekan tidak menjadi ukuran dari produk yang dihasilkan dengan kata lain tidak dilakukan pengujian mutu beton terhadap produk. Hasil uji coba terhadap produk usaha yang diambil secara acak menunjukkan kuat tekan paving block rata-rata dibawah K175. Paving block tersebut di jual dengan harga Rp. 2.200 /biji. Atau Rp.95.000/m.

Permasalahan mitra adalah produk yang dihasilkan yakni paving block, jumlah produksi yang dihasilkan rata-rata 1500 buah per hari dengan menggunakan metode cetak, jumlah ini

terbilang besar, namun penjualannya masih sangat sederhana, keuntungan yang diperoleh tergolong rendah, pihak industri paving block dalam perjalanannya waktu, dunia dilanda wabah yakni covid 19, termasuk negeri kita tercinta terkonfirmasi dengan jumlah meningkat setiap harinya, hal ini membuat semua sektor mengalami penurunan penjualan, Industri paving block Bulukumba Jaya salah satu industri yang terkena dampak pandemi covid 19 sehingga mengalami kerugian.

Mitra meminta kepada tim pengabdian Universitas Halu Oleo untuk membantu mendampingi dan membimbing khusus membuat metode pemasaran berbasis online guna memasarkan produk paving block.

2. METODE

Metode pelaksanaan merupakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah yang dihadapi mitra. Untuk merealisasikan kegiatan ini ada beberapa tahap yang dilakukan sbb:

1. Melakukan survey lokasi. Survey dilakukan untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Melakukan diskusi antara tim pengabdian dan Mitra, melakukan foto atau pengambilan gambar semua produk paving block.
3. Melakukan pembuatan atau perancangan website melalui perangkat computer dan handpone. Tujuannya untuk mendapatkan hasil cara mengupload hasil produksi berupa foto-foto yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari pengujian akan langsung diberikan kepada mitra sebagai rujukan tanpa perlu melakukan pengujian ulang.
4. Mendampingi dan memberikan rekomendasi kepada mitra cara mengoperasikan perangkat computer, cara mengoperasikan website yang akan digunakan agar hasil yang diperoleh bisa lebih maksimal. Setelah itu akan diberikan panduan proses pengoperasian perangkat dari awal hingga siap digunakan. Perlakuan terhadap pemasaran paving block merupakan poin krusial yang juga harus diikuti tahap demi tahap agar hasil uji dapat terpenuhi.
5. Mitra adalah UKM Industri Bulukumba Jaya
Mitra akan diajarkan bagaimana mengoperasikan perangkat komputer beserta perangkat website online. Menyiapkan semua kebutuhan untuk cara memasarkan produk paving blok melalui website online. Diberikan variasi cara mengupload foto-foto produk tersebut yang sudah dikemas secara menarik agar tampilannya indah, berdasarkan peruntukan pemasaran berbasis online. Mitra dapat menyediakan varian produk tersebut dan dapat menjelaskan kepada pelanggan tentang peruntukan dari masing-masing produk. Klasifikasi Mutu paving block berdasarkan peruntukannya.
6. Tim pengabdian kepada masyarakat akan mengevaluasi metode pemasaran berbasis online produk-produk yang dihasilkan oleh mitra. Disamping itu tim pengabdian juga akan terus memperbaharui informasi dan teknologi dari hasil-hasil penelitian terkait pemasaran berbasis online paving block agar dapat memberikan kontribusi kepada mitra untuk pengembangan nilai jualnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlokasi pada UKM industri Bulukumba Jaya sebagai mitra yang beralamat di Kecamatan Kessilampe Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Tim PKM mengawali dengan survey lokasi dan bertemu langsung dengan pemilik UKM industri Bulukumba Jaya yakni Bapak Ahmad Ahril. Tim juga melihat langsung kegiatan produksi paving block dengan berbagai model yang telah diproduksi sekaligus melihat model penjualan konvensional selama ini yang dilakukan pihak mitra. Kegiatan kunjungan ini diperlihatkan di Gambar 3.1.



Gambar .1a. Kunjungan /survey Tim PKM – UHO ke UKM Bulukumba Jaya



Gambar 1b. Kunjungan/survey Tim PKM – UHO ke UKM Bulukumba Jaya



Gambar 2. Proses Pembuatan Paving Block

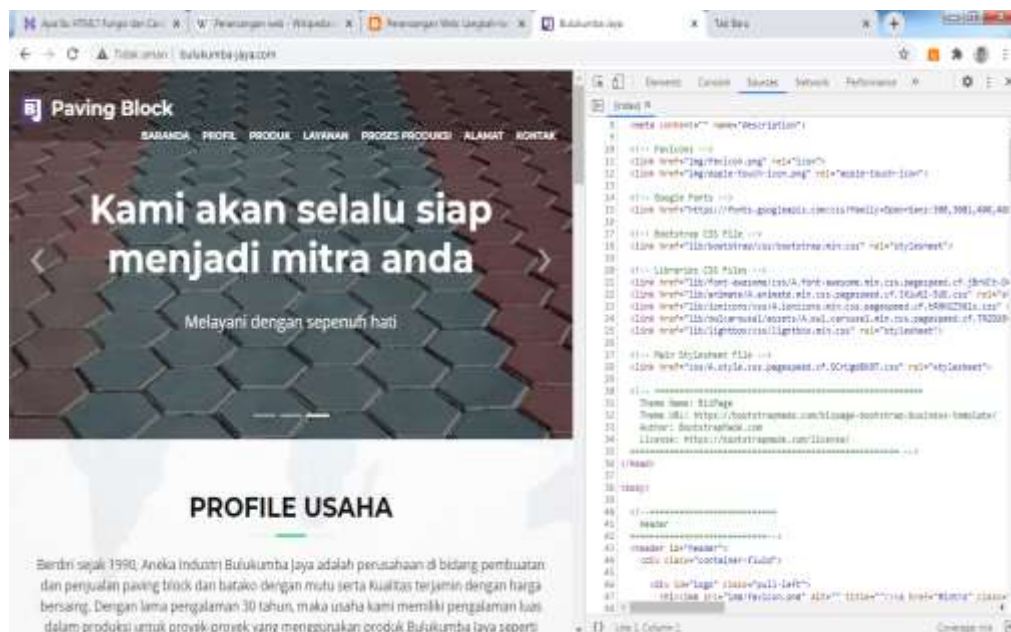
Perancangan Website

Perancangan website mencakup bagaimana rancang bangun website yang berisi informasi akan ditampilkan (*hypertext atau hypermedia*), dan dibagikan dari server ke pihak yang menggunakan jaringan *word wide web*, melalui sebuah perangkat lunak berbasis web (Turban et al., 2003). Perancangan web untuk menyelesaikan sebuah konten online dari berbagai naskah maupun [aplikasi](#) yang berada pada [server web](#) menampilkan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Situs web berhubungan dengan kumpulan informasi yang disediakan berupa galeri foto, video, desain gambar, hasil suara, resume interaktif bersifat dinamis dan menarik.

Pada situs portal UKM industri Paving block Bulukumba Jaya menggunakan metode *Content Management System* yaitu manajemen dan pengelolaan informasi dan data melalui web, sehingga memberikan kemudahan dalam pengelolaan dokumen dan gambar, memiliki banyak fitur, dan membutuhkan sedikit pengetahuan teknis untuk administrator web. *Teknologi Content Management System* merupakan informasi yang dipilih karena tingkat keamanan yang tinggi. mengurangi kemungkinan serangan dari *hacker* dan terutama dengan tertutupnya *source code* (kode program).

Adapun teknologi perangkat lunak yang digunakan dalam perancangan website sebagai berikut

1. **Hypertext Markup Language (HTML).** tim kami berkoodinasi untuk menyusun berbagai kebutuhan antara lain heading paragraf, tautan atau link serta blockquote untuk keperluan pada halaman web. Di samping itu HTML ini memiliki kemampuan untuk membuat fungsionalitas yang statis. HTML memungkinkan tim kami dapat dan memformat dokumen dengan kode agar mudah diingat (tag dan *attribute*) untuk *mark up* halaman website. HTML tersebut menggunakan versi 5.0.



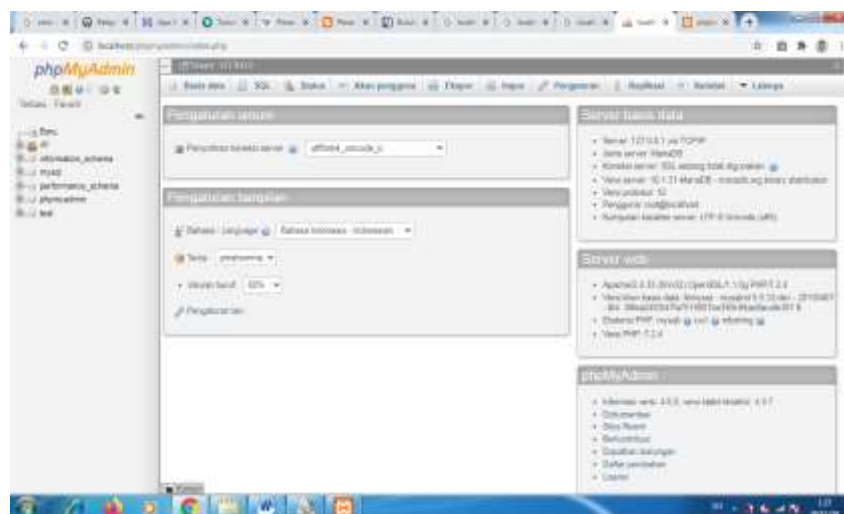
Gambar 3a. Halaman Website HTML versi 5.0

2. **Cascading Style Sheet (CSS)** kami gunakan untuk menampilkan berbagai elemen tertulis dalam bahasa HTML. Fungsi CSS memisahkan konten dari tampilan visual website UKM Bulukumba Jaya. HTML dan CSS memiliki hubungan yang erat. HTML adalah bahasa markup dan CSS memperbaiki style (untuk semua aspek yang terkait dengan tampilan website), maka kedua bahasa ini harus berjalan secara simultan. Cascading Style Sheet yang kami gunakan adalah versi 3.0.



Gambar 3b. Tampilan visual Profile Usaha Paving Block

- Bahasa Pemrograman PHP (Hypertext Preprocessor), PHP atau "Hypertext Preprocessor". PHP adalah bahasa scripting web HTML embedded. Artinya kode PHP dapat disisipkan ke dalam HTML halaman Web. Ketika sebuah halaman PHP diakses, kode PHP dibaca atau "diurai" oleh server. Output dari fungsi PHP pada halaman biasanya dikembalikan sebagai kode HTML, yang dapat dibaca oleh browser. Kode PHP bisa diubah menjadi HTML sebelum halaman dibuka, pengguna tidak dapat melihat kode PHP pada halaman tersebut. Ini membuat halaman PHP cukup aman untuk mengakses database dan informasi penting lainnya. Tujuan menggunakan bahasa program PHP yaitu kami sebagai pengembang website dapat menulis halaman web dengan cepat. Bahasa Pemrograman PHP yang kami gunakan adalah versi 7.2.4.
- Database MySQL, Database yang digunakan sebagai DBMS (Database Management system) yang bersifat open source. Yaitu software ini dilengkapi dengan source code. Aplikasi ini dapat dioperasikan langsung melalui sistem operasi. MySQL merupakan aplikasi SQL database server menggunakan sistem multi user. Oleh sebab itu, pada pembuatan aplikasi database digunakan melalui MySQL guna menyimpan informasi dan data dapat digunakan dalam pembuatan aplikasi sebagai database server untuk menyimpan data dan informasi selanjutnya digunakan pengguna ke dalam database. Database Management System MySQL yang kami gunakan adalah versi 5.0.12.



Gambar 3c. Database Management System

Luaran

Pada kegiatan PKM ini ada target yang direncanakan dan yang dicapai, adapun luaran yang dihasilkan dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Target luaran dan pencapaiannya

No.	Target yang di rencanakan	Target yang dicapai
1	Luaran dari PKM ini adalah memberikan pemahaman tentang pembuatan website online kepada mitra sehingga mereka bisa memasarkan sendiri secara online produk tersebut.	Kegiatan PKM, UKM Bulukumba Jaya sebagai mitra, usaha yang dijalankan memproduksi paving Block dengan berbagai model. Produk paving block terlebih Tim PKM menginventarisir komponen pendukung untuk kegiatan. Tujuannya untuk men dapatkan hasil berupa foto/gambar produk paving block yang ditampilkan melalui website.
2	Membantu dalam manajemen usaha mitra Dalam memasarkan produk paving block	Mitra memahami dan memprak- metode pemasaran berbasis on Line, diharapkan secara Kuantitas produk tersebut ter- Jual dalam jumlah yang tinggi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya industri paving block perlu mendapatkan perhatian baik dari pemerintah maupun dari Perguruan Tinggi karena kebanyakan usaha ini berjalan secara natural tanpa dibimbing dengan pengetahuan guna keberlangsungan usahanya. Di masa pandemic covid 19 memberikan dampak kurang menguntungkan bagi usaha industry termasuk UKM Bulukumba Jaya. Kegiatan PKM yang bertujuan mendampingi dan membimbing pihak mitra untuk menghasilkan sebuah model pemasaran yang berbasis online. Adapun dari kegiatan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Mitra memahami pembuatan atau perancangan website melalui perangkat komputer. Di samping itu mitra telah dapat memahami dan mempraktekan metode pemasaran berbasis online, secara kualitas produk paving block sudah sesuai, diharapkan secara kuantitas produk paving block terjual dalam jumlah sesuai yang diharapkan.
2. Pendampingan tetap dilakukan dari pihak PKM kepada UKM industri Bulukumba Jaya, tidak hanya pada masa pandemic covid 19 tetapi masuk pada masa new normal, model pemasaran berbasis online tetap dilakukan guna memperkenalkan kepada costumer dalam jarak jauh, sehingga produk ini lebih dikenal, guna meningkatkan jumlah penjualan dan mencapai keuntungan yang maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada (LPPM) UHO atas bantuan finansial kegiatan pengabdian ini, ucapan terima kasih disampaikan kepada UKM industry Bulukumba Jaya yang telah bersedia dibimbing sebagai mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Akhir kata Tim PKM menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya dan berharap hasil pengabdian ini bermanfaat bagi berbagai pihak untuk menambah wawasan pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. *Columbia Law and Economics Working Paper*, 620.
- David, E. . (2011). *Strategi Management Dan Konsep*. Salemba Empat.
- Hanafi, R., & Sutapa. (2022). Identifikasi Problem Usaha Mikro Pada Pengrajin Sangkar Burung

- Kadilangon Di Masa Covid-19. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 29–85. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8345>
- Kotler, P. dan A. G. (2012). *Principles of Marketing* (15th ed Pe).
- OECD. (2020). *SME Policy Responses*. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses.
- Pakpahan A.K. (2020). Covid 19 dan Implikasi bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Rachmawati, D., Sri umi mintarti, Syahrul munir, & Yogi dwi satrio. (2020). Pemberdayaan UMKM Gerabah Melalui Pembentukan Komunitas Pra-Koperasi di Kabupaten Ponorogo. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3235>
- Setyorini D., N. E. & R. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat. *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Sumarni, T., & Melinda, L. D. (2020). Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UMKM Warung Salapan). *Atrabis Jurnal Administrasi Bussines* 6(2), 163–171.
- Turban, Rainer. and Potter. (2003). *Introduction to Information Technology* (2 ed). John Wiley and Sons, Inc.