

# Workshop Pemasaran Produk Masa Pandemi Covid 19 Untuk Mengatasi Masalah Akibat Lockdown Bagi Pedagang Keude Punteuet Lhokseumawe

Abdul Haris Salam<sup>1\*</sup>, Raudah<sup>2</sup>, Ummi Habibah<sup>3</sup>, Harunyah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Jurusan Teknik Kimia, Politeknik Negeri Lhokseumawe  
Jln. B.Aceh Medan Km.280 Buketrata 24301 INDONESIA

abdul.haris.salam@gmail.com (penulis korespondensi)\*

**Abstrak**— Keude Punteuet merupakan pasar yang ramai di kunjungi oleh pembeli setiap harinya sebelum pandemi Covid 19 terjadi. Pasar ini termasuk objek vital karena menyediakan kebutuhan pokok bagi dua kampung yaitu punteuet dan desa mbang. Akibat penerapan Lockdown yang dilakukan pemerintah, membuat pedagang mengalami penurunan omset yang cukup besar sehingga kesulitan untuk menggaji karyawannya. Dari hasil survey dan observasi ditemukan permasalahan yang telah disepakati bersama mitra kegiatan PKM adalah pada metode pemasaran dan manajemen keuangan. Solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan di mitra kegiatan PKM adalah dengan memberikan pelatihan berupa workshop untuk mengajarkan tata cara berjualan online serta pelatihan manajemen keuangan dan toko online yang baik. Pelaksanaan workshop telah dilaksanakan dengan sukses yang bertempat di kediaman mitra PKM desa cot keurundong, blang punteuet dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang pedagang keude punteuet dan masyarakat sekitar. Kegiatan workshop diawali dengan pembukaan oleh ketua tim PKM dilanjutkan dengan pemberian materi mengenai cara pengambilan foto produk untuk iklan, seterusnya penyampaian materi mengenai aturan dalam berjualan online dan diakhiri dengan materi tata cara memasang iklan di marketplace. Pendampingan dilakukan oleh tim PKM selama beberapa bulan kedepan hingga peserta mampu menjalankan toko online dengan benar.

**Kata kunci**— **Pandemi; Covid 19; Pemasaran; Marketplace**

## I. PENDAHULUAN

### A. Analisis Situasi

Keude punteuet adalah salah satu pasar yang terletak di perbatasan aceh utara dan lhokseumawe, pengunjung pasar ini sebagian besar berasal dari desa mbang dan punteuet. Pasar ini termasuk objek vital karena menyediakan kebutuhan pokok masyarakat dari dua desa sehingga termasuk ramai dikunjungi. Vivi Olshop merupakan salah satu toko yang berlokasi di keude punteuet dengan menawarkan produk berupa pakaian wanita, pria, anak-anak dan dewasa.

Penjualan produk sebelum masa pandemi covid 19 rata-rata dapat menjual sekitar 50 item per minggunya. Toko pakaian ini dikelola oleh dua karyawan dengan metode pemasaran manual atau secara tradisional dengan menunggu pembeli yang berkunjung setiap harinya. Toko ini memasok barang dagangan segara grosir dari kota jakarta, bandung dan kota medan kemudian dijual dengan cara eceran di tokonya. Pemilik usaha (Ibu Arvi/ Vivi) dan pengelola keuangan dengan pola manajemen yang masih sederhana dibantu oleh suami (Pak Nasrullah) yang bertindak sebagai mobilisasi barang dagangan. Organisasi kerja dalam proses menjalankan usaha dilakukan oleh 4 (empat) orang dengan tugas masing-masing seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

TABEL 1.  
ORGANISASI KERJA TOKO VIVI OLSHOP DI KEUDE PUNTEUET

No	Tugas	Pelaku	Jumlah Orang
1.	Membeli bahan dagangan dari luar kota dan pengelola keuangan.	Ibu Arvi (pemilik)	1 Orang
2.	Molibisasi bahan dagangan dari luar kota.	Pak Nasrullah (suami Ibu Arvi)	1 Orang
3	Menawarkan barang dagangan	Karyawan	2 Orang

Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan pemilik Vivi Olshop, barang dagangannya kebanyakan dibeli oleh masyarakat dari desa mbang karena pasar ini merupakan satu-satunya pasar terdekat dengan desa tersebut. Pandemi Covid 19 yang terjadi pada akhir 2019 lalu sangat berdampak pada pedagang yang ada di keude punteuet terutama Vivi Olshop. Himbauan pemerintah yang mengharuskan masyarakat tetap dirumah dan dilarang melakukan aktivitas seperti pasar membuat pendapatan pengusaha/pedagang menjadi menurun tajam, akibatnya toko ini kesulitan dalam menggaji karyawannya. Kurangnya pengetahuan tentang penggunaan aplikasi android sebagai alat pemasaran dan pengelolaan keuangan membuat toko ini seperti jalan ditempat.

### B. Permasalahan Mitra

Pemasaran produk yang dilakukan oleh 2 (dua) orang karyawan masih menggunakan cara konvensional yaitu menawarkan produk kepada pengunjung pasar yang hanya ramai pada hari senin. Adanya pandemi covid 19 membuat toko ini menjadi kehilangan pembeli dan pendapatan menurun tajam.

Dari hasil diskusi dan kesepakatan antara tim pengusul dengan mitra kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada survey awal dalam tahap pengusunan proposal ini, disepakati permasalahan prioritas terletak pada metode pemasaran yang masih menggunakan cara konvensional sehingga membuat usaha ini jalan ditempat. Untuk itu diperlukan sentuhan iptek yang sesuai sedemikian sehingga aktifitas perdagangan tetap berjalan dengan baik bahkan dapat meningkat (misalnya dengan memasarkan dagangan melalui aplikasi android seperti tokopedia, bukalapak, shopee, facebook, instagram dll).

## II. METODE PELAKSANAAN

Permasalahan di mitra kegiatan PKM yang telah disepakati bersama sangat berpengaruh pada bidang manajemen dan pemasaran pada toko mitra. Metode pendekatan yang

ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra yang telah disepakati bersama untuk masalah pemasaran dan manajemen dalam kurun waktu realisasi program PKM adalah:

1. Tim pengusul kegiatan PKM membuat workshop pelatihan penggunaan aplikasi Android sebagai alat pemasaran.
2. Tim pengusul kegiatan PKM membuat workshop pelatihan tentang manajemen keuangan dan manajemen toko online.
3. Tim pengusul kegiatan PKM melakukan pendampingan untuk menjamin keberlangsungan program PKM yang telah diterapkan mitra kegiatan.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Workshop Pemasaran Produk Masa Pandemi Covid 19 untuk Mengatasi Masalah Akibat LOCKDOWN Bagi Pedagang Keude Punteuet Lhokseumawe” telah dilaksanakan dengan sukses. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) bertempat di rumah mitra PKM yaitu ibu Arvi/ bapak Nasrullah pada tanggal 3 Oktober 2020 dengan peserta berjumlah 20 orang.

Kegiatan dimulai pada jam 10:00 WIB diawali dengan pembukaan oleh ketua kegiatan pengabdian masyarakat dan disaksikan oleh tim pemantau dari P3M Politeknik Negeri Lhokseumawe. Setelah pembukaan dilanjutkan dengan penyampaian materi Workshop dimulai dari jam 10.15 hingga pukul 11.30.

Materi awal yang disampaikan adalah cara pengambilan foto produk agar menarik dengan hanya menggunakan kamera Hp, dilanjutkan dengan mensosialisasikan aturan berjualan online agar masyarakat tidak mendapat masalah hukum saat berjualan, seterusnya materi yang ketiga yaitu cara membuat iklan di marketplace Shopee dan facebook. Setelah penyampaian semua materi kemudian dilanjutkan dengan makan siang bersama sekaligus penutupan. Berikut beberapa dokumentasi pelaksanaan kegiatan PKM tersebut.



Gambar 3. Penyampaian materi peraturan berjualan Online



Gambar 4. Penyampaian materi cara membuat iklan di Marketplace



Gambar 5. Penutupan dan pengambilan foto bersama tim pemantau P3M



Gambar 1. Pembukaan oleh ketua Tim Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 2. Penyampaian materi cara pengambilan foto produk

### IV. KESIMPULAN

Permasalahan yang dihadapi oleh pedagang keude punteuet selama masa pandemi Covid-19 untuk pemasaran produk dan manajemen keuangannya telah diselesaikan dengan cara memberikan pelatihan penggunaan marketplace sebagai alat pemasaran produk dan cara manajemen toko online beserta keuangannya. Membekali masyarakat keude punteuet dengan keterampilan berjualan online bisa menjadi solusi karena berjualan online tidak membutuhkan tawar-menawar yang dilakukan secara tatap muka dan tidak melanggar protokol kesehatan. Begitu pula dengan penjualan produk dapat meningkat karena promosi dilakukan tidak hanya di toko melainkan ke seluruh Indonesia melalui marketplace. Manajemen toko dan keuangan juga diberikan saat pelaksanaan PKM dengan harapan masyarakat dapat memanfaatkan aplikasi marketplace untuk menghitung cashflow barang yang diperdagangkannya.

## REFERENSI

- [1] Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Hukum dan Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- [2] Anwar, S. M., Goso, & Adil. (2017). Penguatan Ekonomi Desa melalui BUMDES di Desa Poreang Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara Sulawesi Selatan. *Resona Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 6–12.
- [3] Claretta, Dyva., Arianto, D., Irwan. (2018) Pendampingan Ibu pada Anak dalam Menggunakan Internet. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPNV Jogjakarta* Vol. 16 No. 2 Tahun 2018. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2689>
- [4] Salam, A.H. dan Syahrizal. (2018). PKM Pengusaha Arang Tempurung Kelapa Desa Bantan Air Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Riau. *Dinamisia Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol 2(2): 278-282.
- [5] Sayuti, M. (2011). Pelembagaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai Penggerak Potensi Ekonomi Desa dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan di Kabupaten Donggala. *Jurnal ACADEMICA FISIP UNTAD*, 3(2).
- [6] Supariyani, E., & Marpaung, B. S. (2013). Pengaruh Tata Letak Terhadap Kepuasan Pelanggan Ritel. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.251>