

PERANCANGAN ADVERTISING TOOLS MELALUI MEDIA ELEKTRONIK UNTUK UMKM LEGEND COMPUTER

Angelica Christhy¹, Dona Alfaera², Syabina Aurelia V.P³, Yessyana⁴

Universitas Internasional Batam

Email: angelicachristhy@gmail.com , donaalfaera@gmail.com , syabinaaurelia77@gmail.com , yessya20.ya@gmail.com

Abstrak

Permasalahan pokok yang dihadapi adalah kurang updatenya pihak pemilik UMKM dalam penggunaan internet membuat efek samping yaitu kalah saing dengan UMKM lain yang sudah menggunakan promosi online. Terlebih keadaan pandemic sekarang ini membuat masyarakat mengurangi kegiatan mereka ke luar rumah untuk beraktivitas. Kelompok kami mempelajari jenis media promosi yang sedang diminati oleh masyarakat sehingga melalui hal tersebut kelompok kami juga membuat output yang memiliki inovasi untuk menarik perhatian masyarakat. Tujuan kegiatan kelompok kami adalah membantu UMKM agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan juga membangun image branding yang baru. Metode yang kami lakukan adalah dengan membuat akun sosial media baik di Instagram, shopee dan juga tiktok karena di masa pandemi masyarakat lebih menyukai belanja online. Hasil pelaksanaan kegiatan ini telah menghasilkan kesimpulan bahwa masyarakat akan lebih tertarik untuk berbelanja jika barang yang dijual sudah dilengkapi dengan harga tanpa harusbertanya-tanya lagi kepada UMKM yang bersangkutan.

Kata kunci: Promosi, Media Sosial, Pengabdian Masyarakat

Abstract

The main problem is the lack of updates of small business owners in using the internet, which creates a side effect such as losing competitiveness toward those who are using online promotions. Moreover, the current state of the pandemic has made people reduce their activities outside their homes for activities. Our group studied the types of media promotions that were in demand by the public so that through this our group managed to produce similar yet innovative outputs to attract people's attention. The purpose of our group activities is to help small business to be better known by the public and also to build a new branding image. The method we use is to create social media accounts on Instagram, shopee and also tiktok because during the pandemic, people prefer to do online shopping. The results of the implementation of this activity resulted in the conclusion that people would be more interested in shopping if the goods sold were equipped with prices.

Keywords: Promotion, Social Media, Community Service

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi nampaknya membawa pengaruh bagi semua aspek kehidupan, terutama dalam hal berbisnis. Banyak perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan sosial media sebagai media promosi mereka, entah itu melalui video singkat, poster yang berbentuk pdf atau jpg, dan masih banyak lagi kreativitas yang telah dilakukan berbagai pebisnis untuk kegiatan promosi mereka. Selain dengan alasan

karena praktis serta tidak membutuhkan biaya lebih yang terlampau mahal bahkan tidak susah atau ribet dibuat atau di proses, memasang iklan di sosial media bisa menjadi alternatif yang lebih efisien dalam meningkatkan penjualan produk yang dijualnya. Perusahaan menggunakan karyawan mereka yang mungkin bisa saja tergolong karyawan muda mudi atau usianya yang masih bisa dibilang muda. Mereka lebih paham dengan media digital dan tau

cara bagaimana menggunakan beberapa aplikasi terbaru. Perusahaan akan merugi jika tidak up to date dalam menggunakan teknologi yang berkembang seiring berjalannya waktu karena kurang up to date bisa menjadikan/membuat sebuah perusahaan kalah saing dan hilang minat dari konsumen lama atau baru. Alasan itu juga diperkuat karena perusahaan lain yang lebih maju dan tau bagaimana mengakses sosial media atau memanfaatkan sosial media lebih baik atau dapat mendapatkan keuntungan lebih. Bahkan ada beberapa bisnis atau perusahaan yang memiliki banyak followers dan dapat menambah jumlah orderan contohnya di Instagram karena promosi mereka sangat beragam, kreatif, enak dilihat (catchy), kekinian (demi menarik perhatian konsumen remaja), menarik perhatian dan beberapa alasan lainnya. Penambahan pemasukan juga bisa didapatkan dari beragam aspek promosi, contoh promosi yang cukup sering digunakan oleh pebisnis baru baru ini adalah dengan mengendorse beberapa artis, model, influencer, selebgram, dan lainnya. Hal tersebut juga termasuk usaha promosi agar perusahaan bisa mendapatkan keuntungan.

Dari beberapa fakta yang sudah dilampirkan dan dijelaskan diatas, dapat terlihat bagaimana penting nya sebuah promosi untuk suatu usaha maupun itu kecil ataupun yang sudah besar sekali pun. Dari fakta-fakta itulah kami mendapat inspirasi untuk membuat projek atau kegiatan PKM ini.

(2) UMKM yang bersangkutan pernah berupaya dengan menjalankan akun instagram milik mereka sendiri, namun akun tersebut tidak mengalami kemajuan dan perkembangan sehingga dibiarkan dan tidak difungsikan kembali.

Akun tersebut bisa dibilang gagal karena kurangnya produktivitas secara online yang dilakukan karyawan-karyawan UMKM dan juga kurangnya upaya promosi atau event yang dilakukan UMKM yang bersangkutan untuk membuat pemasukan

menjadi turun serta kurangnya peminat tetap dan baru.

(3) Mahasiswa akan membuat advertisement atau rancangan promosi dan iklan ke dalam beberapa bentuk media dan jenis. Namun, sebelum membuat segala jenis advertisement, kelompok mahasiswa akan membuat akun official UMKM yang bersangkutan. Akun tersebut antara lain, akun Instagram, akun e-commerce seperti Shopee, dan yang terakhir adalah akun Tiktok sebagai salah satu akun tempat menyebarkan konten video promosi dari UMKM yang bersangkutan. Salah satunya adalah promosi desain berupa poster atau brosur, poster dan brosur ini dibuat dengan metode yang sama yaitu di edit di aplikasi Canva namun dengan model atau bentuk visual yang berbeda. Poster akan dibagikan atau di share di story instagram setiap seminggu sekali. Sedangkan, untuk brosur sendiri akan di ubah ke dalam versi jpg agar bisa di post ke dalam postingan instagram sebagai feeds pertama/ opening akun official dari UMKM yang bersangkutan.

Lalu ada video promosi lewat media sosial contohnya Tiktok, tiktok adalah aplikasi edit video dengan tambahan aplikasi penyebar video yang sedang ramai dikunjungi dan digunakan oleh segala jenis kalangan dari umur muda hingga tua. Dari orang dewasa hingga anak-anak kini menggunakan aplikasi tiktok ini karena banyak konten yang menarik dan berguna. Oleh karena itu, kelompok mahasiswa menggunakan aspek tadi untuk menjadi salah satu rancangan advertising yang sudah direncanakan. Kelompok mahasiswa akan merekam segala hal yang ada ditoko dengan tujuan memperkenalkan lokasi dan keadaan UMKM yang bersangkutan sampai pengenalan produk yang menjadi Top Star atau tingkat penjualannya cukup tinggi serta diminati. Lalu kegiatan terakhir ada foto atau pengambilan gambar. Pengambilan gambar ini digunakan untuk dua rancangan sekaligus, yaitu yang pertama untuk mengisi feeds instagram tadi yang setelah postingan

brostur dan poster. Lalu yang kedua untuk sebagai penambah listing produk yang ada di shopee. Kegiatan ini dilaksanakan untuk meningkatkan kembali jumlah konsumen dan pendapatan dari mitra. Serta bertambahnya kalangan konsumen atau luasnya jangkauan konsumen dari berbagai kalangan, dan dapat dikenalnya UMKM yang bersangkutan dan juga tidak kalah saing dengan mitra atau UMKM yang sejenis.

MASALAH

(1) Kurangnya pendapatan akibat pandemi Covid-19, akibat pandemi dan PKKM membuat banyak segala jenis usaha kehilangan pemasukan serta cara dalam berjualan atau berbisnis. Untuk UMKM yang bersangkutan sendiri permasalahan utama yang mereka hadapi adalah para karyawan mereka termasuk kalangan muda dan remaja yang tidak mungkin ketinggalan informasi serta ilmu teknologi sekarang, para karyawan kurang paham atau tidak sadar bagaimana dan apa pentingnya promosi untuk UMKM tempat mereka berkerja. Padahal di masa pandemi dan PPKM ini segala jenis usaha semakin susah beroperasi secara offline atau secara normal dan langsung bertemu konsumen. Oleh karena itu, kegiatan usaha online ini sangat diperlukan dan dikembangkan oleh berbagai UMKM atau usaha. Hal hal yang sudah disebutkan sudah termasuk fakta dan benar adanya di masa sekarang ini. Oleh karena itu, promosi ini menjadi tantangan dan masalah perseorangan ini sangat menjadi kebutuhan agar UMKM, usaha, atau bisnis dapat dijalankan dan beroperasi layaknya tidak ada pandemi.

(2) Permasalahan dari UMKM yang bersangkutan adalah kurangnya pendapatan, kurang dikenal oleh konsumen baru, kalah saing dengan UMKM atau usaha lain yang sejenis atau tidak, hilangnya eksistensi atau tenggelam (nama UMKM tidak dikenal kalayak ramai), jangkauan konsumen yang tidak luas, serta kurangnya iklan atau sadarnya bagaimana pentingnya iklan atau

promosi di masa pandemi sekarang, kebutuhan pokok dari UMKM yang bersangkutan adalah sadar akan pentingnya promosi tidak menyepelekan iklan dan promosi, dan juga kebutuhan yang paling penting adalah adanya jasa untuk menyadarkan UMKM yang bersangkutan untuk melakukan promosi serta akun akun tidak boleh dibiarkan dan tidak berjalan atau beroperasi. Oleh karena itu, kelompok mahasiswa, yaitu kami akan berusaha dalam suatu kegiatan pengabdian masyarakat serta membuat projek yang kami beri judul, Perancangan Advertising Tools ini , tujuan utama dari projek serta kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dibuat sebagai acuan untuk menargetkan tujuan dagang dan mampu menjadi inspirasi bagi segala jenis sisi yang memerlukan. Target kami adalah meningkatkan jumlah orang yang tau akan adanya UMKM yang bersangkutan serta dapat dikenal banyak kalangan bahkan mampu bersaing kembali dengan usaha atau UMKM lain.

METODE

(1) Permasalahan dari kelompok kami adalah kurang menarik nya video yang kami buat karena keadaan UMKM yang bersangkutan serta berbagai masalah dalam model pengiklanan dan promosi. Oleh karena itu, kami menggunakan simulasi Ipteks, simulasi ipteks sendiri memiliki arti segala upaya yang digunakan untuk kegiatan karya yang karya utamanya adalah sistem informasi atau sejenisnya. Kegiatan ini ditujukan untuk menjelaskan sesuatu yang tidak dapat dilakukan secara nyata. Karenanya kami menggunakan berbagai jenis aplikasi demi berlangsungnya dengan lancar kegiatan ini dan dapat mencapai tujuan yang telah kami buat sebelumnya. Deretan aplikasi tersebut antara lain, Canva sebagai aplikasi kami mengedit dan mendesain :

1. Poster , desain poster mengambil referensi dari aplikasi canva sendiri, hanya diubah materi dasar nya,

- tujuannya , serta beberapa bentuk ikon dari poster,
2. Brosur, desain brosur diambil dari beberapa contoh di internet dengan cara di googling dan untuk desain tata letak foto dan kelengkapan materi dibuat mandiri oleh kelompok mahasiswa,
 3. Foto, bentuk foto di ambil dari foto produk dan di desain sedemikian rupa demi mempercantik feeds Instagram dan mampu memperkenalkan produk produk yang di sediakan oleh UMKM yang bersangkutan kepada konsumen.

Aplikasi shopee sebagai aplikasi e-commerce paling terpercaya dan tercatat sebagai aplikasi belanja online yang paling sering digunakan dan tidak rebet

1. Listing produk akan kami lakukan secara mandiri, dan akun tersebut akan diberikan kepada karyawan UMKM yang bersangkutan untuk dijalankan dan di operasikan setelahnya.

Dan terakhir aplikasi tiktok, aplikasi tiktok kami gunakan sebagai tempat pembuatan berbagai video demi menyesuaikan trend video saat ini dan tempat pemosting video yang sudah jadi. Sebelumnya, kami berencana membuat dua jenis konten video, yang antara lain adalah :

1. Video Exploring atau video yang memiliki konsep menjelajah sekitar toko dengan menunjukkan barang atau produk yang dipajang di toko serta menunjukkan keadaan toko saat sedang beroperasi.
2. Video unboxing atau video yang memiliki konsep dengan meng review atau memberikan penilaian pribadi dengan cara merekam dari salah satu produk yang top seller dan menarik untuk ditunjukkan. Dengan menambahkan backsound musik yang kekinian dan sering di dengarkan video kami akan merekam segala hal dalam penilaian produk dengan memperkenalkan

kelengkapan properti dan kelebihan produk.

- (2) Lokasi UMKM yang bersangkutan adalah Legend Computer Rintis, Lima Puluh, Pekanbaru.

Waktu proses atau kegiatan berlangsung adalah di siang hari, dan.

Durasi kegiatan sekitar 4 minggu dimulai dari bulan Juli jadwal pertama mata kuliah KWN.

PEMBAHASAN

Menjelaskan dan menguraikan tentang berbagai aspek , antara lain

- 1) Metode pelaksanaan kegiatan yang kami gunakan adalah pembagian tugas masing-masing anggota kelompok . Karena hanya ada satu anggota yang dapat mengumpulkan dokumentasi, anggota lain akan bertugas masing-masing seperti mengedit video, poster, foto, listing produk di shopee, membuat laporan serta proposal dan lain lain, kami melakukan tugas tugas tersebut di setiap sela pertemuan mata kuliah KWN, ada 5 anggota yang terlibat.

Ketua kelompok kami akan turun langsung ke lokasi UMKM yang bersangkutan karena ia adalah satu satunya anggota yang berdomisili sama dengan UMKM yang bersangkutan. Ketua kelompok juga bertugas sebagai perantara mitra dengan kelompok, segala proses konfirmasi dilakukan oleh ketua kelompok melakukan dokumentasi serta melakukan presentasi pembuatan artikel dan laporan adalah tugas dari ketua kelompok kami, dan juga dalam pengumpulan dana. Wakil ketua kelompok bertugas sebagai pengingat , pembagian tugas, hal-hal yang akan dilakukan, konsultasi serta meminta revisi dan persetujuan dengan dosen dengan, serta membuat laporan dan artikel dengan bantuan beberapa anggota kelompok dan ketua kelompok. Beberapa anggota lain akan mendukung proses kegiatan dengan mendesain poster dan brosur. Mengisi kelengkapan laporan dan menambahkan materi. Dan yang terakhir mengedit video.

, dan cara pengimplementasi yang telah kami lakukan adalah dengan cara merekam dan memproses beberapa dokumen mentah menjadi layak tayang. Untuk perekaman video dan dokumentasi mentah, hal tersebut dilakukan oleh satu orang yang berdomisili sama dengan UMKM yang bersangkutan. Kelompok kami tidak melakukan pengajaran atau pelatihan jenis apapun pada karyawan dikarenakan karyawan yang termasuk masih remaja dan paham akan segala media digital tidak perlu kami ajarkan lagi. Kami hanya memberi tahu nasihat dan masukan atau saran bagaimana permasalahan UMKM yang bersangkutan hadapi dapat selesai dan mendapatkan jalan keluar.

(2) Luaran yang dicapai , serta dokumentasi yang relevan yang berupa foto dan gambar kami disini menyediakan dan menunjukkan hasil kegiatan kami dengan cara meng screenshot setiap kegiatan media digital yang telah kami rancang dan kami perbuat, ada 4 jenis luaran yang akan kami sajikan , antara lain :

- Poster dan brosur,
- Video,
- Foto, dan
- Listing produk.

Bukti luaran yang telah kami capai, akan kami lampirkan dibawah ini!

Berikut beberapa hasil dari luaran yang telah kami capai, antara lain :

a. Poster dan Brosur



Gambar (a) 1 : Brosur yang di post ing di akun Official Instagram UMKM



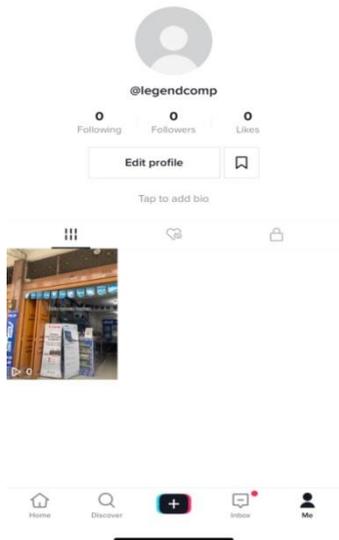
Gambar (a) 2 : Poster yang akan di post di story Instagram di akun official Instagram UMKM

b. Foto



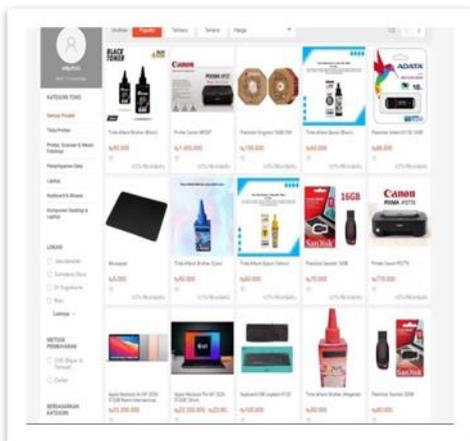
Gambar (b) : Foto yang di post ing di akun official Instagram UMKM

c. Video



Gambar (c) : Video yang sudah di post di akun Tiktok Official UMKM

d. Listing Produk



Gambar (d) : listing produk yang dilakukan di akun Shopee official UMKM

(3) Keunggulan dan kelemahan dari kegiatan apabila dilihat dari kesesuaiannya dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan PKM , antara lain :

a. Keunggulan

Karena sosial media yang digunakan adalah akun sosial media yang banyak dilihat dan digunakan oleh setiap kalangan diberbagai tempat, oleh karena itu iklan dan promosi yang sudah da telah diproses dan dibuat akan mampu mendapatkan konsumen karena lebih mudah dilihat

oleh siapa saja dan jangkauan konsumen menjadi lebih luas.

b. Kelemahan

Luaran kami adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sosial media, oleh karena itu butuh waktu yang cukup lama untuk membuat perkembangan, seperti followers jika setiap tidak dijalankan dan dioperasikan dengan rutin, rajin, dan benar maka akun akan diam dan akan berakhir dengan dibiarkan begitu saja seperti kasus utama UMKM yang bersangkutan hadapi di awal . Akun Instagram dibiarkan terbengkalai karena kurangnya pemostingan produk produk baru menjadikan UMKM kurang peminat dan kalah saing terhadap UMKM lain.

(4) Karena setiap anggota tinggal atau berdomisili dan berasal dari daerah yang berbeda, kelompok kami jadi kewalahan dalam mengambil dokumentasi serta waktu nya juga berbeda dalam pengumpulan tiap tugas yang dibagi. Kadang bisa terlambat dan bahkan tidak terkejar. Dan karena kondisi setiap anggota berbeda seperti ada yang berkerja dan lain sebagainya membuat jadwal kami dalam berdiskusi dan membicarakan segala materi menjadi acak atau tidak berbarengan dan kadang sesempatnya saja.

Lalu, masalah lain yang kelompok kami dapatkan kami terkadang terlambat informasi karena dosen pembimbing kami yang juga sibuk membuat kami jarang melakukan revisi.

Dibawah ini akan kami, sajikan beberapa kasus atau permasalahan yang terjadi dengan permasalahan dan topik yang sama pada UMKM tertentu di Batam :

Kasus di Kota Batam

No	Kasus	Keterangan
1.	Kalah saing dengan UMKM Lain	Kalah saing dengan UMKM lain yang sudah

		memanfaatkan teknologi dalam penjualannya
2.	Pengurangan penjualan	Kurangnya penjualan akibat pandemi yang berlangsung

Gambar 1. Penjualan Produk Online



Sumber :Shopymatic (2020)

Gambar 2. Pasar Elektronik Lesu Ditengah Pandemi



Sumber :It Works (2020)

Model Implementasi PKM di Ba-tam



SIMPULAN

Legend Computer merupakan UMKM yang bergerak di bi-dang penjualan barang el-ektronik dan sudah menjalan-kan usaha kurang lebih selama 15 tahun. Hal yang tidak dapat dipungkiri selama belasan ta-hun tersebut mulai muncul se-buah permasalahan yang cukup signifikan yaitu penjualan yang semakin menurun setiap ta-hunnya. Maka dari itu ke-lompok kami telah membuat-kan luaran berupa poster, list-ing produk di Shopee, foto un-tuk diposting ke feeds Insta-gram dan juga video di plat-form tiktok. Dengan harapan bahwa implementasi ini akan menambah jumlah pelanggan dan juga memperluas target pasar UMKM ini.

Setelah lu-aran dihasilkan, terdapat be-berapa respon yang kami dapat. Pertama, dari pihak UMKM mengatakan bahwa mereka su-dah lebih sadar akan pent-ingnya promosi online ini. Mengenai respon konsumen yang kami dapat adalah kenai-kan jumlah konsumen yang melihat barang yang dijual di platform shopee dan juga ter-dapat beberapa orang yang mu-lai menanyakan barang yang dijual melalui kontak yang telah dicantumkan. Hal ini membuk-tikan bahwa promosi online memang memberikan pengaruh bagi UMKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adieb, M. (2021). Ingin Bekerja di Periklanan? Kenali Dulu Advertising Beserta Jenis-jenisnya. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/advertising-adalah/#.YPAWRzMYC00>

Foursquare. (2021). LEGEND Computer. Foursquare. <https://id.foursquare.com/v/legend-computer/4fa8c8a5e4b06344eecdabfa>

Google. (2021). Iklan gambar. Bantuan Google AdMob. <https://support.google.com/admob/answer/6177172?hl=id>

Computer, L. (2021). Jam-Buka. Pekanbaru. https://jam-buka.com/04165868/Legend_Computer

Nely Merina. (2019). Strategi Promosi Cerdas untuk UKM. <https://goukm.id/strategi-promosi-cerdas-untuk-ukm/>