

Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Pesan Singkat untuk Meningkatkan Omzet Petani Salak Selama Covid-19

Muamar Nur Kholid, Kinanthi Putri Ardiami*, Herlina Rahmawati Dewi, Maulidyati Aisyah, Ahada Nurfauziya, Reny Lia Riantika, Anis Al Rosjidi

Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia
* Corresponding author: kinanthiputri@uii.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid-19 di Indonesia telah memberikan dampak negatif terhadap sektor Ekonomi, utamanya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penggunaan teknologi informasi dan internet menjadi solusi untuk dapat meningkatkan omzet usaha bagi pelaku UMKM di Indonesia selama pandemi Covid-19. Namun, demikian, belum semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi informasi dan internet untuk media pemasaran dan transaksi, salah satunya adalah kelompok petani salah di Srumbung Magelang. Edukasi pemanfaatan teknologi informasi dan internet, seperti aplikasi pesan singkat Whatsapp Business dan aplikasi editing foto Canva, diharapkan dapat membantu petani salak untuk tetap dapat memasarkan dan menjual berbagai produk di tengah pandemi Covid-19. Edukasi pemanfaatan Whatsapp Business dan Canva dilakukan dalam bentuk workshop yang diselenggarakan dalam satu hari. Workshop dilakukan dengan materi pengenalan dan praktik penggunaan Whatsapp Business dan Canva. Diakhir Workshop beberapa petani salak di Srumbung Magelang telah berhasil memiliki Whataspp Business dan dapat menggunakan Canva untuk editing foto produk mereka.

Kata kunci: Whatsapp Business; Canva; Omset; Petani

Abstract

The Covid-19 pandemic in Indonesia harms the economic sector, especially for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The use of information technology and the internet is a solution to increase business turnover for MSMEs in Indonesia during the Covid-19 pandemic. However, not all MSMEs can use information technology and the internet for marketing and transaction activities, one of which is the farmer group of snake fruit in Srumbung Magelang. Training on the use of information technology and the internet, such as the Whatsapp Business short messaging application and canva photo editing application, is expected to help snake fruit farmers to conduct marketing and sales activities of various products during the Covid-19 pandemic. Training on Whatsapp Business and Canva is conducted in the form of workshops held in one day. The workshop consists of presenting the theory and practice of using Whatsapp Business and Canva. At the end of the workshop, some snake fruit farmers in Srumbung Magelang already have Whataspp Business accounts and can use Canva for photo editing of their products.

Keywords: Whatsapp Business; Canva; Business Turnover; farmers

Cite this article: Kholid, M. N., Ardiami, K. P., Dewi, H. R., Aisyah, M., Nurfauziya, A., Riantika, R. L., & Rosjidi, A. A. (2020). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Pesan Singkat untuk Meningkatkan Omset Petani Salak Selama Covid-19. *Rahmatan Lil'alamin Journal of Community Services*, 1 (2).

Pendahuluan

Covid-19 telah menjadi pandemi yang dialami oleh seluruh negara di Dunia, tidak terkecuali Indonesia. Covid-19 di Indonesia telah mencapai total kasus positif sebesar 410.088 kasus per tanggal 31 Oktober 2020 (Google, 2021). Angka tersebut telah naik signifikan dibanding pada periode awal Covid-19, misalnya pada 16 Maret 2020 yang hanya sebesar 134 kasus di Indonesia (Google, 2021). Kenaikan angka kasus positif di Indonesia telah memberikan dampak pada berbagai sektor, tidak terkecuali sektor ekonomi. Survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa lebih dari 8% responden yang merupakan pelaku usaha kecil, menengah, maupun besar menyatakan bahwa usaha mereka berhenti operasi akibat pandemi Covid-19 (Badan Pusat Statistik, 2020). Selain itu, juga ditemukan fakta bahwa lebih dari 82% pelaku usaha mengaku bahwa ada penurunan pendapatan yang dialami selama adanya pandemi Covid-19, di mana sektor akomodasi dan makanan minuman mengalami penurunan pendapatan hingga 92.47% (Badan Pusat Statistik, 2020).

Salah satu solusi untuk dapat menggairahkan pertumbuhan usaha yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dimasa pandemi Covid-19 adalah pemanfaat teknologi informasi dan internet untuk melakukan pemasaran dan transaksi kepada pelanggan. Indonesia dianggap siap untuk terus menumbuhkan UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi dan internet, mengingat di Indonesia pengguna internet telah mencapai lebih dari 195 juta jiwa (Bayu, 2020). Namun, demikian, belum seluruh pelaku usaha mengenal penggunaan internet untuk melakukan transaksi dan pemasaran. Salah satunya kelompok tani salak di Srumbung Magelang misalnya, yang belum semuanya dapat memanfaatkan berbagai teknologi informasi untuk meningkatkan pendapatan mereka selama pandemi Covid-19.

Selama ini petani salak di Srumbung Magelang mayoritas masih memasarkan dan menjual produk salaknya secara tradisional dan belum memanfaatkan teknologi informasi yang dapat diakses secara gratis. Meskipun sudah ada beberapa petani yang mencoba memasarkan produk salaknya dengan pemanfaatan teknologi informasi, namun tampilan produk yang mereka jual belum cukup dapat menarik konsumen. Berkenaan dengan besarnya peluang untuk dapat memanfaatkan aplikasi pesan singkat dan/atau sosial media secara gratis dan pemanfaatan teknologi internet, serta masih rendahnya literasi para petani dalam mengelola aplikasi pesan singkat dan sosial media, maka perlu adanya pelatihan pemanfaatan aplikasi pesan singkat dan/sosial media serta aplikasi editing foto untuk dapat menyajikan foto yang menarik bagi petani salak di Srumbung Magelang.

Aplikasi pesan singkat yang cukup banyak digunakan di kalangan Masyarakat di Indonesia adalah Whatsapp. Jumlah total pengguna aktif Whatsapp di seluruh dunia adalah dua miliar pengguna (Lidwina, 2021). Selain itu Whatsapp juga telah digunakan sebagai media pemasaran diberbagai negara (Presti dkk, 2021; Sedalo dkk, 2021; Jose, 2018). Fakta lain ditemukan bahwa lebih dari 80% pengguna internet di Indonesia juga

memanfaatkan aplikasi pesan singkat Whatsapp (Barokah, 2019). Hal ini membuka peluang bagi para petani salak untuk dapat memanfaatkan aplikasi pesan singkat Whatsapp untuk menjadi media pemasaran digital bagi produk mereka. Hal tersebut didukung dengan munculnya Whatsapp Business yang memang didesain khusus untuk membantu para pelaku usaha untuk memudahkan mereka memasarkan produk dan berkomunikasi dengan konsumen mereka. Pemanfaatan aplikasi pesan singkat Whatsapp Business juga perlu didampingi dengan adanya pelatihan editing video untuk dapat mendukung pemasaran produk yang menarik. Karenanya selain pelatihan Whatsapp Business juga dilakukan pelatihan pengguna aplikasi editing Video dengan menggunakan Aplikasi Canva.

Berdasarkan pada permasalahan yang dijelaskan, maka tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan penggunaan Whatsapp Business sebagai media pemasaran dan pelatihan penggunaan Canva untuk editing foto bagi petani salak di Srumbung Magelang.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan pada masih sangat sedikitnya literasi para petani salak di Srumbung Magelang mengenai pemanfaatan aplikasi pesan singkat untuk pemasaran digital dan alat komunikasi dengan konsumen, dan melihat berbagai fakta mengenai aplikasi pesan singkat di Indonesia, maka untuk dapat menyelesaikan permasalahan tersebut dilakukan pelatihan bagi petani salak di Srumbung Magelang. Pelaksanaan pelatihan ini bekerja sama dengan BMT BIMA Magelang. Pelatihan ini dilaksanakan di Kantor BMT BIMA Magelang Cabang Tempel. Pelatihan ini dilakukan dalam dua sesi. Sesi yang pertama, yaitu pengenalan dan praktik pemanfaatan Whatsapp Business, sementara sesi yang kedua merupakan pengenalan dan praktik editing Video dengan Canva. Sebagai bagian untuk mempermudah dalam proses praktik, maka dibuat kelompok-kelompok kecil yang memiliki satu pendamping untuk memudahkan komunikasi dan pelatihan.

Pembahasan

Pelatihan penggunaan aplikasi pesan singkat untuk petani salak di Srumbung Magelang dilaksanakan secara luring dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan Covid-19. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keahlian para petani salak dalam penggunaan aplikasi pesan singkat untuk dapat meningkatkan omzet usaha mereka selama pandemi Covid-19. Pelatihan ini dilakukan dengan beberapa rangkaian kegiatan, antara lain pengenalan Whatsapp Business, Praktik Penggunaan Whatsapp Business, Pengenalan Canva untuk Editing Foto, dan Praktik Penggunaan Canva untuk Editing Foto.

Pada tahap pengenalan Whataspp Business untuk media pemasaran, peserta dapat mengikuti dengan antusias. Gambar 1 menyajikan dokumentasi foto kegiatan pengenalan Whatsapp Business.

Beberapa peserta sudah mengenal Whatsapp Business, namun belum dapat menggunakan seluruh fitur yang ada dalam Whatsapp business dengan mahir. Setelah seluruh peserta mengenal dengan baik fitur-fitur dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan Whatsapp Business dilanjutkan pelatihan praktik mulai dari instalasi, pendaftaran, dan pemanfaatan berbagai fitur yang ada dalam Whatsapp Business. Ketika proses pelatihan penggunaan Whatsapp Business belum semua peserta dapat mengikuti praktik pelatihan karena beberapa dari mereka tidak memiliki cukup penyimpanan dalam smartphone mereka. Berkenaan dengan hal tersebut selanjutnya pelatihan dilakukan secara berkelompok, dengan beberapa kelompok kecil. Guna mempermudah peserta untuk mempraktikkan lebih lanjut penggunaan Whatsapp Business di Rumah, juga disediakan materi panduan penggunaan Whatasapp Business. Diakhir sesi pengenalan dan pelatihan Whatsapp Business beberapa dari petani salak telah memiliki akun Whatsapp Business dan cukup mahir menggunakannya untuk memasarkan dan melayani pelanggan.



Gambar 1. Pengenalan Penggunaan Whatsapp Business

Setelah para petani mengenal penggunaan Whatsapp Business, selanjutnya diberikan pelatihan penggunaan aplikasi editing video dengan aplikasi Canva. Aplikasi canva merupakan aplikasi penyandang Decacorn yang bisa dimanfaatkan untuk desain grafis yang dapat membantu para penggunaannya untuk membuat logo perusahaan, logo produk, berbagai macam grafik, membuat spanduk, dan penyajian di dalam berbagai media sosial atau pesan singkat (Hakim, 2021). Pada kesempatan awal ini, Canva dikenalkan utamanya untuk proses editing foto produk salak yang dimiliki petani salak. Hampir seluruh peserta belum mengenal Canva sebagai

aplikasi editing foto produk. Oleh karena itu, pada pelatihan ini, peserta pelatihan didampingi untuk mengunduh, memasang aplikasi Canva pada telepon pintarnya masing-masing hingga membuat akun Canva. Selanjutnya, peserta diperkenalkan langkah-langkah yang bisa dilakukan untuk melakukan foto editing produk mereka untuk kepentingan konten pemasaran. Penggunaan Canva sangat membantu petani salak untuk dapat menyajikan produk salak mereka menjadi lebih menarik untuk dilihat sehingga diharapkan dapat menarik konsumen untuk membeli produk mereka. Gambar 2 menyajikan informasi contoh hasil editing foto dengan menggunakan canva.



Gambar 2. Contoh Hasil Editing Photo Produk

Pengenalan Canva cukup memakan waktu dikarenakan banyak peserta yang belum cukup familier dengan aplikasi tersebut sehingga proses praktik penggunaan Canva terbatas. Sebagai bagian untuk menuntaskan proses pelatihan penggunaan Canva, maka dibuatkan Video tutorial mengenai bagaimana penggunaan Canva untuk proses editing foto. Adanya video tutorial ini diharapkan para petani salak dapat mempelajari lebih lanjut di Rumah, atau mungkin jika ada beberapa langkah yang mereka tidak ingat, maka mereka dapat mereview kembali penggunaan Canva dengan melihat video tutorial yang telah disediakan. Pengenalan dan praktik editing foto dengan Canva ini cukup membantu petani salak dalam menyajikan foto produk yang lebih menarik untuk dilihat oleh konsumen.

Kesimpulan

Adanya pandemic Covid-19 telah memaksa pelaku usaha, termasuk petani salak di Srumbung Magelang, untuk beralih untuk memanfaatkan berbagai macam aplikasi untuk memasarkan produk mereka. Tingkat penggunaan aplikasi pesan singkat Whatsapp bisa menjadi salah satu pilihan aplikasi yang digunakan untuk menjadi jembatan komunikasi dengan konsumen.

Beberapa petani salak di Srumbung telah memanfaatkan Whatsapp untuk komunikasi dengan konsumen, namun demikian belum semuanya dapat memanfaatkan fitur-fitur penting yang ada. Setelah pelatihan penggunaan Whatsapp Business para petani mengetahui berbagai fitur penting tersebut, dan mereka memahami pentingnya tampilan foto produk dengan proses editing menggunakan Canva.

Referensi

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha*. Jakarta. <https://www.bps.go.id>
- Barokah, D. R. (2019). *Kominfo: 83% Pengguna Internet adalah Pengguna Whatsapp*. Gatra. <https://www.gatra.com/detail/news/457263/teknologi/kominfo-83-pengguna-internet-adalah-pengguna-whatsapp>
- Bayu, D. J. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. Databoks. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta#:~:text=Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa,9%25 dibandingkan pada 2018 lalu.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta#:~:text=Hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa,9%25%20dibandingkan%20pada%202018%20lalu.)
- Google. (2021). *Corona Statistic*. Google. <https://datastudio.google.com/u/0/reporting/fda876a7-3eb2-4080-92e8-679c93d6d1bd/page/3cjTB>
- Hakim, A. R. (2021). *Canva Kini Sandang Status Decacorn*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4526658/canva-kini-sandang-status-decacorn>
- Jose, S. (2018). Strategic use of digital promotion strategies among female emigrant entrepreneurs in UAE. *International Journal of Emerging Markets*, 13 (6), 1699-1718. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-10-2016-0268>
- Lidwina, A. (2021). *Berapa Jumlah Pengguna Aktif WhatsApp dan Platform Pesaingnya?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/21/berapa-jumlah-pengguna-aktif-whatsapp-dan-platform-pesaingnya>
- Presti, L. L., Maggiore, G., Marino, V., & Resciniti, R. (2021). Mobile instant messaging apps as an opportunity for a conversational approach to marketing: a segmentation study. *Journal of Business & Industrial Marketing*, . <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2020-0121>
- Sedalo, G., Boateng, H., & Kosiba, J. P. (2021). Exploring social media affordance in relationship marketing practices in SMEs. *Digital Business*, 100017. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100017>