

Pemanfaatan Digital Marketing Guna Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Mikro Pasca Pandemi Covid-19 Di Desa Tarai Bangun, Kampar, Riau

Herispon¹, Saiful Anuar², Iskandar³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau, Pekanbaru

¹herisponpiliang@gmail.com

Abstract

The 1st edition of PKM Efficiency Digital Marketing activities was carried out in October 2020, and the 2nd Edition of PKM Utilization of Digital Marketing activities was carried out in February 2023, with the target still being home, micro and small businesses in Tarai Bangun Village, Tambang, Kampar, who continue to struggle, and reach to be able to increase the competitiveness of products post-pandemic Covid-19 by utilizing developments in internet technology within the frame of digital marketing (digital marketing). The fact has spoken that digital marketing is a must to choose, if you want to expand your marketing area and keep your business going. The real benefit of digital marketing is the opportunity for penetration and wider market reach. So digital marketing is very possible to be done by home, micro and small businesses, especially in Tarai Bangun Village, Tambang, Kampar, Riau.

Kata Kunci:

Digital marketing
Daya saing produk
Penetrasi pasar

Abstrak

Kegiatan PKM Efisiensi Digital Marketing edisi ke I dilakukan pada Oktober 2020, dan kegiatan PKM Pemanfaatan Digital Marketing Edisi ke II dilaksanakan pada minggu ke 4 Februari 2023, dengan sasaran masih pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil di Desa Tarai Bangun, Tambang, Kampar, yang terus berjuang, dan menggapai untuk dapat meningkatkan daya saing produk pasca pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan perkembangan teknologi internet dalam bingkai pemasaran digital (*digital marketing*). Kenyataan telah berbicara bahwa digital marketing menjadi keharusan untuk dipilih, bila ingin memperluas daerah pemasaran dan kelangsungan usaha tetap berjalan. Manfaat nyata dari digital marketing adalah kesempatan untuk penetrasi dan jangkauan pasar lebih luas. Jadi digital marketing sangat mungkin dilakukan oleh usaha rumahan, mikro dan kecil khususnya di Desa Tarai Bangun, Tambang, Kampar, Riau.

^{*)}Corresponding Author:

Herispon
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau, Pekanbaru
herisponpiliang@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Peristiwa pandemi Covid-19 yang terjadi dalam rentang waktu Maret 2020 sampai awal Januari 2022 atau lebih kurang 2 tahun, telah memberikan pukulan yang berat bagi kelangsungan hidup dan operasional usaha rumahan, mikro dan kecil, hampir di seluruh wilayah Indonesia khususnya. Akibat dan dampak dari pandemi yang terjadi menurunkan omzet penjualan pelaku usaha rumahan, mikro, dan kecil hingga 80 persen (Herispon, 2020). Kondisi yang sama juga berlaku di Desa Tarai Bangun, di mana pandemi yang terjadi memberikan efek negatif bagi perjalanan usaha skala kecil di Desa Tarai Bangun. Diperkirakan ratusan jumlah pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil mengalami masalah selama pandemi Covid-19 berlangsung, khususnya dalam operasional dan omzet penjualan yang turun drastis.

Pandemi Covid-19, disebut menjadi penyebab terganggunya aktivitas ekonomi masyarakat hampir pada semua sektor, disisi lain sebagian besar dana pemerintah digunakan untuk menanggulangi penyebaran pandemi covid-19 dengan berbagai strategi, seperti; pembatasan sosial berskala besar (PSBB) atau pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) skala mikro, menerapkan standar kesehatan (prokes) yang ditetapkan pemerintah untuk dipatuhi oleh seluruh masyarakat, di samping itu pemerintah tetap mengupayakan agar roda perekonomian terus dapat berputar.

Berlakunya aturan PSBB dan PPKM, menyebabkan mobilitas masyarakat di luar rumah berkurang, dan lebih banyak menghabiskan waktu di rumah, bekerja dari rumah (*work for home*), sekolah/kuliah dari rumah (*online*), belanja dari rumah (*online shopping*) dan sebagian pekerja atau karyawan terpaksa dirumahkan oleh perusahaan (pemutusan hubungan kerja = PHK). Dampak turunannya, adalah; 1) terjadi peningkatan penggunaan layanan internet oleh masyarakat untuk memenuhi segala keperluan mereka. 2) meningkatnya kehadiran *provider* layanan belanja online, 3) meningkatnya pertumbuhan jasa kurir atau ekspedisi barang, 4) berkembangnya bidang usaha layanan kesehatan, seperti; apotek, alat-alat kesehatan, labor *medical check-up*, pusat kebugaran, dan obat-obatan dan lainnya.

Karena sebagian besar masyarakat melakukan permintaan dan transaksi kebutuhan harian dan lainnya dari rumah, maka terjadilah perkembangan yang pesat pada layanan online, walaupun sebelumnya sejak tahun 2010 layanan online di Indonesia sudah ada. Hanya saja sektor usaha rumahan, mikro dan kecil belum memanfaatkan secara maksimal layanan online dalam penjualan produk dan pemasarannya. Justru setelah terjadi pandemi Covid-19 membuka mata hati pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil dan menjadi stimulus bagi usaha rumahan, mikro dan kecil untuk berpikir dan mengubah strategi pemasaran produk dari pemasaran langsung; *direct marketing*, menjadi pemasaran tidak langsung; digital marketing atau layanan online (Herispon, 2020).

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa problem dan rumusan masalah yang berkaitan dengan peningkatan daya saing sektor usaha rumahan, mikro dan kecil pasca pandemi Covid-19 di Desa Tarai Bangun, Kampar, Riau, yang sebelumnya linglung menghadapi dampak pandemi tersebut, yaitu:

- 1) Bagaimana sikap dan tindakan pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil dalam menyikapi kondisi usaha pasca pandemi Covid-19.
- 2) Adakah kemungkinan diterapkannya digital marketing pada usaha rumah, mikro dan kecil di Desa Tarai Bangun, Kampar, Riau

2. METODE PENELITIAN

Sebelum kegiatan PKM dilaksanakan, dilakukan perencanaan kegiatan dalam rentang waktu lebih kurang 2 bulan, dengan menghubungi pihak-pihak terkait didaerah yang menjadi objek PKM sampai pada finalisasi kegiatan PKM. Adapun alur dan proses kegiatan pokok yang dilakukan adalah:

- a. Melaporkan pada aparat setempat di Desa Tarai Bangun, Tambang tentang adanya kegiatan pengabdian ini.
- b. Mengadakan observasi ke lokasi usaha rumahan, mikro dan kecil di Desa Tarai Bangun, Tambang dengan tujuan mencari informasi dan peserta yang akan ikut dalam penyuluhan nantinya.
- c. Setelah dana tersedia sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian pada masyarakat, melakukan persiapan dan memperbanyak bahan-bahan yang diperlukan
- d. Setelah tiba waktu pelaksanaan kegiatan pelaksana datang ke tempat yang telah ditentukan
- e. Lalu diadakan kegiatan pengabdian pada masyarakat penyuluhan sesuai dengan program yang telah ditetapkan.

Dalam rangka pelaksanaan pengabdian pada masyarakat maka lokasi berada di Desa Tarai Bangun, yang dipusatkan di tempat salah seorang pelaku usaha mikro dan rumahan tersebut, yaitu; ***Bunda Ramna*** di

Perumahan Graha Bangun Permai **Blok G. No 20**, RT 01/RW 03, Dusun I, Desa Tarai Bangun, Kecamatan Tambang, Kampar.

Setelah semua perencanaan kegiatan PKM mencukupi maka dilakukan pendataan atau pemilihan pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil yang tercatat dalam data di Kantor Desa Tarai Bangun, Tambang yang memungkinkan untuk datang pada waktu pelaksanaan PKM, dan pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil direncanakan akan diundang sebanyak 30 pelaku usaha, dengan data sebagai berikut:

Tabel 1.
Daftar Pemilik, Nama Usaha Rumahan, Mikro dan Kecil di Desa Tarai Bangun, Tambang

No.	Pemilik Usaha	Nama Usaha / Modal Usaha Tenaga Kerja	NIB =TDP =Izin Usaha MK	Tanggal Terbit NIB / Authority	Alamat Pemilik/Lokasi Usaha
1	Agusmiar	K H "Buk Gus" Rp 20 juta 3 orang	9120410231189	18 Des 2019 LPP OSS	Perum Mawaddah III, Blok R-17 RT 004/RW 001, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 082174374677
2	Asmani	Tali Kur Rp 1 juta 1 orang	9120018112395	29 Nov 2019 LPP OSS	JL. Bupati, Perum Griya Aziziah Permai, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 081364764703
3	Asmarita	WSP "RZ" Rp 10 juta 3 orang	02200102211588	18 Feb 2020 BKPM	Perumahan Citra Persada Nomor 1, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 081365214151
4	Asri	ASRI SNACK Rp 1 juta 1 orang	9220210282105	18 Des 2019 LPP OSS	Jl. Suka Karya, Perum Graha Bangun Permai, Blok T-11, RT 004/ RW 003, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 08127627230
5	Darni Yusnita	Kios Sayuran Darni Rp 10 juta 2 orang	0220009111066	16 Jan 2020 BKPM	Permata Sanapelan Asri II Blok A-6, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 081270262752
6	Harmi Yani	AE Fried Chicken Rp 1 juta 2 orang	9120319291389	18 Des 2019 LPP OSS	Jl. Suka Karya, RT 001/RW002, Tarai Bangun, Tambang, Kampar, Raiu HP 085265225516
7	Hendrik Lubis	Potong Ayam Si Mbak Rp 15 juta 3 orang	0220203102275	27 Jan 2020 BKPM	Perum Bina Bangun Kencana Blok H-2, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 081378259977
8	Maryelina	Lina Laundry Rp 20 juta 2 orang	0220001260221	2 Feb 2020 BKPM	Jl. Kubang Raya, Perum Citra Bangun Persada II Blok F 6, RT 002/ RW 002, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 085355735075
9	Mira	Sincan Crepes Rp 8 juta 2 orang	0220108210463	6 Feb 2020 BKPM	Jl. Suka Karya Gg Karya Tani, RT 001/RW 001, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 082388265263
10	Mirna Enita	Rindu Musik Rp 5 juta 2 orang	9120313271684	18 Des 2019 LPP OSS	Jl. Masa Karya No. 72 Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 085374423135
11	Nelpa Susanti	Laris Snack Rp 3 juta 3 orang	9120311271375	17 Des 2019 LPP OSS	Jl. Suka Karya, Graha Bintangan V, AZ 11 Tarai Bangun, Tambang, Kampar

					HP 085272505299
12	Nesvi Novita	Daresya Konveksi Rp 20 juta 2 orang	0220001152502	20 Jan 2020 BKPM	Jl. Suka Karya, Perum Taman Mutiara 2, Blok D-13 RT003/RW003, Tarai Bangun, Tambang, Kampar, Riau HP 081276934852
13	Nur Susanti	Hidroponik Nur Susanti Rp 8 juta 2 orang	0220201230863	6 Feb 2020 BKPM	Dusun II, Tarab Mandiri, Tarai Bangun, Tambang, Kampar, Riau HP 085264878254
14	Parita	KH "Melati" Rp 10 juta 1 orang	0220200250265	6 Feb 2020 BKPM	Jl. Masa Karya Gg Mangga No. 171 RT 002/RW 001, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 082391253003
15	Rita Rahmadani	PE "Kedai Gemma" Rp 30 juta 2 orang	0220000192101	20 Jan 2020 BKPM	Perum Mahkota Riau Blok B-3 Nomor 1, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 082169648066
16	Salmida	MESTY SNACK Rp 2 juta 2 orang	9120319221988	18 Des 2019 LPP OSS	Perumahan Wisma Kualu Permai Blok AE-2, Buah Karya, Tampan, Kota Pekanbaru HP 082351414813
17	Sri Yulianti	Puyuh Wiryra Farm Rp 25 juta 2 orang	9120319241788	18 Des 2019 LPP OSS	Jl. KHAruddin Nasution, Asrama Arhanudse13/BS, Simpang Tiga, Bukit Raya, Pekanbaru HP 082288434569
18	Suyanti	WSP "HASNA" Rp 5 juta 1 orang	0220106240067	6 Feb 2020 BKPM	Jl. Masa Karya Gg Mangga RT 002/ RW 001, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 081276096649
19	Wisika Anggraini	Dagang Kelapa Wisika Rp 10 juta 2 orang	0220003240684	8 Feb 2020 BKPM	Jl. Taman Karya Perum Ligako Blok F-5, Buah Karya, Tampan, Pekanbaru HP 082387780334
20	Yulieti	Usaha Kerupuk SKR Rp 5 juta 2 orang	0220001280829	2 Feb 2020 BKPM	Jl. Suka Karya RT 002/RW 001, Tarai Bangun, Tambang, Kampar, Riau HP 082391613529
21	ZAMARNI KOTO	Sate Ajo Manih Rp. 3 juta 2 orang	0220006290479	7 Feb 2020 BKPM	Jl. Masa Karya Gg Mangga RT 002/ RW 001 Tarai Bangun, Tambang, Kampar, Riau HP 081372665925
22	Adi Marial	KH "Ayang" Rp 10 juta 1 orang	0220008110479	7 Jan 2020 BKPM	Jl. Suka Karya Perum Graha Bangun Permai Blok J-17 RT 003/ RW 003, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 085374556244
23	Fitrianti	KH "Dua Putra" Rp 30 juta 1 orang	9120316251086	18 Des 2019 LPP OSS	Jl. Taman Karya, Buah Karya, Tampan, Kota Pekanbaru HP 082386797913
24	Husnida	REVA COOKIES Rp 10 juta 3 orang	9120216220068	6 Des 2019 LPP OSS	Jl. Tirta Sari Nomor 7, Tangkerang Selatan, Bukit Raya, Kota Pekanbaru HP 081371463231
25	Khairun Nuri	KH "AISYAH" Rp 15 juta 1 orang	0220100241589	18 Feb 2020 BKPM	Jl. Kubang Raya, Perumahan Citra Bangun Persada Blok A-8 RT 001/ RW 002, Tarai Bangun, Tambang, Kampar

					HP 082283228661
26	Maria Samira	KH “Bude Maria” Rp 10 juta 1 orang	0220206140982	8 Jan 2020 BKPM	Jl. Suka Karya Perum Graha Bangun Permai Blok O-10 RT 003/ RW 003, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 085290113303
27	Marlaini	WSP “Lulu Ayu” Rp 7 juta 2 orang	9120216222004	20 Des 2019 LPP OSS	Jl. Suka Karya, Perum Graha Bangun Permai Blok E-1, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 085264293260
28	Nuroh Suparyati	Penjahit Nunung Rp 1,5 juta 1 orang	0220207180886	8 Jan 2020 BKPM	Jl. Camar I Nomor 178, Maharatu, Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru HP 085271555819
29	Siti Khodijah	KH “FIKRI” Rp 2,5 juta 1 orang	9120315271989	18 Des 2019 LPP OSS	Jl. Suka Karya Perum Graha Bangun Permai Blok U-6 RT 004/RW 003, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 082288749347
30	Yulinda	Kedai Ayu Rp 25 juta 1 orang	9120315231985	18 Des 2019 LPP OSS	Jl. Suka Karya Perum Graha Bangun Permai Blok M-9 RT 003/RW 003, Tarai Bangun, Tambang, Kampar HP 085227890672

Sumber: Kantor Kepala Desa Tarai Bangun Tahun 2020

Keterangan

NIB = Nomor Induk Berusaha, TDP = Tanda Daftar Perusahaan, MK = Mikro Kecil, BKPM = Badan Koordinasi Penanaman Modal, KH = Kedai Harian

PE = Pedagang Eceran, WSP = Warung Sarapan Pagi, LPP = Lembaga Pengelola dan Penyelenggaraan PP Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, pasal 24 ayat 1 dan pasal 31

3. PEMBAHASAN

Jumlah usaha rumahan, mikro dan kecil yang ada di wilayah desa Tarai Bangun diperkirakan lebih dari 100, kendalanya terletak pada data administrasi dan pendataan dari pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil itu sendiri yang belum tertata dengan baik pada instansi yang terkait. Dari hasil observasi dan penelusuran yang dilakukan di kantor Desa Tarai Bangun, hanya mendapatkan data sebanyak 30 unit usaha rumahan, mikro dan kecil. Selanjutnya mengadakan survei atau observasi kepada beberapa pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil. Kegiatan PKM ini menginginkan banyak peserta yang hadir, tapi kenyataannya pada edisi ke 2 dari PKM ini peserta yang hadir sebanyak 17 orang pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil.

Dari hasil pelaksanaan, tim PKM menilai kegiatan yang dilakukan dapat diterima oleh pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil dengan baik tanpa ada penolakan, sebaliknya pelaku usaha menyatakan rasa terima kasih dengan adanya kegiatan ini. Hal ini menandakan penerimaan yang baik terhadap kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh dosen dari STIE Riau. Pemahaman peserta yang hadir didapatkan gambarannya dari sikap mereka, animo, dan keinginan yang cukup tinggi untuk dapat melaksanakan pemasaran digital ini pada usaha rumahan, mikro dan kecil yang mereka kelola.

Sikap dan tindakan pelaku usaha menyikapi kondisi usaha pasca pandemi Covid-19.

Kondisi riil pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil, khususnya yang terkena dampak kelesuan usahanya di Desa Tarai Bangun, mengalami penurunan omzet penjualan terendah 30 persen, tertinggi 80 persen, sehingga mereka memerlukan metode dan strategi tertentu untuk dapat meningkatkan penjualannya yang sudah mengalami kemunduran sejak pandemik berlangsung. Strategi yang paling dekat adalah memanfaatkan media sosial; Facebook, Instagram, WhatsApp dan lainnya untuk promosi dan memperluas jangkauan pemasaran, kemudian menggunakan GoFood untuk distribusi atau ekspedisi.



Salah satu profil pelaku UMKM ; Bunda Ramna dengan Usaha Prozen

Peluang pelaksanaan digital marketing pada usaha rumahan, mikro dan kecil

Setelah terkena dampak pandemi, pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil di Desa Tarai Bangun umumnya mengalami penurunan omzet penjualan, mereka sedikit panik apa yang harus dilakukan untuk mengatasi kondisi yang terjadi. Namun pelaku usaha mikro dan rumahan mulai mengalihkan dan menggunakan media online (digital marketing) secara maksimal, adapun media yang paling banyak digunakan adalah; Facebook: *Market Place*, Instagram dan WhatsApp, artinya mereka lebih banyak menggunakan layanan gratis pada media iklan di media sosial. Setelah diadakan penyuluhan dan diskusi dengan peserta yang hadir, dosen PKM memberikan masukan untuk dapat mencoba dan menggunakan iklan di media sosial yang berbayar (biaya rendah), misalnya pada Facebook berbayar dan iklan media sosial lainnya, dengan sasaran konsumen yang luas jangkauannya, dan usulan yang diberikan dapat diterima oleh peserta, mereka siap untuk melakukannya.



Produk pastel mini dengan berbagai varian rasa; durian, ubi dari prozen Bunda Ramna

Kesiapan pengetahuan pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil pada digital marketing

Untuk menerapkan digital marketing sebagai strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing harus disesuaikan dengan karakteristik usaha yang dijalankan sebagai dasar untuk menegaskan tingkat kebutuhan akan penerapan strategi tersebut, serta didukung oleh pengetahuan tentang seluk beluk digital marketing. Secara sederhana, terdapat dua jenis karakteristik usaha yang harus dikenali dalam menentukan untuk menggunakan digital marketing, yaitu (Ryan, 2014):

1. Mengenali karakteristik pelanggan/calon pelanggan; dalam hal ini, terdapat dua jenis karakteristik pelanggan, yaitu pelanggan yang telah aktif dalam kegiatan online, atau pelanggan yang akan aktif dalam kegiatan online. Jika pelanggan adalah pihak yang menggunakan teknologi digital dalam mencari

atau membeli produk dan jasa yang ditawarkan, maka penggunaan digital marketing adalah sebuah pilihan terbaik. Sebaliknya, jika pelanggan tidak memerlukan penggunaan teknologi digital, maka tidak perlu menggunakan strategi digital marketing. Namun demikian, pelanggan yang belum menggunakan tersebut bukan berarti tidak akan pernah menggunakan dan dapat menjadi calon pelanggan di masa depan, oleh karena itu, penggunaan digital marketing tetap perlu dipertimbangkan sebagai strategi pemasaran dengan target jangka panjang.

2. Mengenali kesesuaian karakteristik produk/merek dengan digital marketing; hampir semua jenis produk/jasa/merek dapat dijual secara online. Prinsip ini mendasari argumen bahwa tidak perlu ada karakteristik khusus untuk dapat menjual barang melalui strategi digital marketing. Perhatian utama hanya pada faktor pelanggan, sebagaimana pada poin 1 (satu) di atas, bahwa jika terjadi interaksi secara online dengan pelanggan, maka semua jenis barang/jasa dapat ditawarkan melalui penerapan strategi digital marketing.
3. Identifikasi bisnis; cara untuk mengidentifikasi usaha adalah dengan menggali keadaan usaha berdasarkan beberapa aspek, antara lain aspek kesiapan usaha untuk mengadopsi digital marketing, kesesuaian produk dengan metode promosi online, ketersediaan teknologi, kemampuan, dan infrastruktur untuk mendukung digital marketing, cara integrasi digital marketing ke dalam proses usaha, dan kesiapan sumber daya manusia terhadap perubahan model pemasaran akibat penerapan digital marketing.



Salah satu produk prozen bunda Ramna: Pastel mini rasa durian

Tidak kalah pentingnya dari sebuah produk adalah konsistensi mutu dan rasa, modifikasi rasa, inovasi *packing* dan ukuran, dengan kata lain pelaku usaha harus memiliki sesuatu yang unik dari produk yang dihasilkan, dengan demikian produk akan dapat bersaing dipasar.

4. KESIMPULAN

Dalam kegiatan ini dosen PKM STIE Riau, memberikan motivasi pentingnya digital marketing, melakukan diskusi, berbagi pengetahuan tentang digital marketing kepada beberapa pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil yang hadir. Kegiatan diskusi tentang digital marketing yang dilakukan oleh dosen PKM STIE Riau, mempertimbangkan beberapa hal, sebagai berikut:

- 1) Masih tersisa trauma pandemi covid-19 yang memberikan dampak melemahkan sendi-sendi ekonomi masyarakat, dan mereka mau bangkit untuk meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan media sosial atau digital marketing.
- 2) Terjadinya kelesuan permintaan masyarakat dan menurunnya omzet penjualan pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil, khususnya dilingkungan Desa Tarai Bangun sampai 80 persen, menjadi pendorong untuk bangkit dari keterpurukan selama hampir dua tahun berjalan
- 3) Memanfaatkan segala potensi yang ada dibidang informasi dan teknologi (IT) guna menyelamatkan kegiatan usaha rumahan, mikro dan kecil dengan melakukan pemasaran secara online (digital marketing).

- 4) Memotivasi pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil di desa Tarai Bangun guna dapat menggunakan pemasaran online terhadap produk-produknya.

Luaran yang diharapkan; bagi pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil yang mengikuti kegiatan diskusi, berbagi dan penyuluhan tentang digital marketing oleh dosen PKM dari STIE Riau, hendaknya menjadi spirit dan kekuatan untuk tetap dapat berusaha dan menjalankan kegiatan usaha rumahan, mikro dan kecil dengan baik pasca pandemi. Setelah mengikuti kegiatan ini, pelaku-pelaku usaha rumahan, mikro dan kecil yang ada di desa Tarai Bangun dapat menggunakan dan memanfaatkan pemasaran online pada produk yang mereka hasilkan.

REFERENSI

- Ariani, & Utomo, M. N. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kota Tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Arsip dan Dokumen Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kantor Kepala Desa Tarai Bangun Kampar Tahun 2020.
- Ayandibu, A. O., & Houghton, J. (2017). The Role of Small and Medium Scale Enterprise in Local Economic Development (LED). *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(2), 133–139.
- Herispon, H. (2011). Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Propinsi Riau. *Jurnal Eko & Bisnis: Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2(1), 33–43. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.36975/jeb.v2i1.156>
- Herispon, H. (2020). Dampak Ekonomi Pembatasan Sosial Berskala Besar Terhadap Masyarakat kota Pekanbaru di Provinsi Riau. *Jurnal Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Reviewe)*, 11(2), 164–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.36975/jeb.v11i2.269>
- Rapitasari, Diana. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala* Vol. 10 No. 2 Desember 2016 : 107 - 112
- Shabur Miftah Maulana., Heru Susilo., Riyadi. (2015) Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 29 No. 1 Desember 2015, halaman 1-9.
- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing*. Great Britain: Kogan Page Limited
- Wati, Andy Prasetyo; Martha, Jefry Aulia; Indrawati, Aniek (2020) Digital Marketing. Cetakan Pertama, Edulitera, Malang, ISBN 978-623-6634-41-7, halaman 1-44

Sumber Web

- <https://www.goriau.com/berita/baca/ancaman-gelombang-phk-massal-akibat-pandemi-corona-apa-antisipasi-pemerintah.html>
- <https://www.halloriau.com/read-otonomi-128581-2020-04-16-covid19-antara-upaya-pemerintah-dan-daya-masyarakat.html>
- <https://www.progresstech.co.id/>
- <http://redtreeasia.com/info/>