

Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19

Hery Budiyanto, Pindo Tutuko, Erna Winansih, Aries Boedi Setiawan, Muhammad Iqbal

Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Merdeka Malang
Jl. Terusan Raya Dieng No.62-64 Malang, 65146, Indonesia

ARTICLE INFO:

Received: 2020-08-14
Revised: 2020-9-12
Accepted: 2020-10-28

Keywords:
COVID-19; Inflatable
roof stage; MSME;
Virtual expo

ABSTRACT

Marketing of Micro, Medium and Small Enterprise (MSME) products through exhibitions is an effective means of selling MSME products. However, the COVID-19 outbreak that broke out in early 2020 has a significant impact on the lives of people around the world. Several online marketing alternatives can be done, including: e-Commerce, e-Marketplace, and Virtual Exhibition. Virtual exhibitions can be a solution amid the ban on crowding during large-scale social restrictions. Virtual exhibitions are events that can be watched on computers and cell phones using the internet directly (live streaming) or via Youtube channels from anywhere and anytime. The virtual exhibition and knitting craft workshop entitled "Virtual Expo and Workshop for MSME Malang City was successfully held at Merdeka University Malang on September 12, 2020. Virtual Expo involved 6 MSMEs communities in Malang Raya, each MSME community arranging products at booths along with booth keepers. The knitting workshop was attended by 12 participants on a portable stage. Taking pictures and videos of products and interviewing exhibitors and knitting workshops broadcast live (live streaming). The event applies the results of Higher Education Leading Research in the form of a portable stage and an inflatable stage roof with independent photovoltaic energy.

© 2020 Published by University of Merdeka Malang.
This is an open access article distributed under the CC BY-SA 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

How to cite : Budiyanto, H., Tutuko, P., Winansih, E., Setiawan, A. B., & Iqbal, M. (2020). Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(3), 202-208.
<https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i3.4811>

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia (Sarfiah et al., 2019). Hal ini dikarenakan daya serap UKMM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Tetapi UKMM yang ada di Indonesia masih menghadapi berbagai masalah antara lain masalah promosi, pemasaran dan penjualan produk yang dihasilkan (Mashuri, 2019). Salah satu media promosi produk UMKM adalah melalui pameran. Pameran dagang atau pameran pada umumnya terbuka untuk umum merupakan suatu

Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19

Hery Budiyanto, Pindo Tutuko, Erna Winansih, Aries Boedi Setiawan, Muhammad Iqbal

media iklan, karena tujuan pameran adalah memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat agar mereka tertarik, kemudian membelinya (Yahya & Lubis, 2017), pengusaha UMKM dapat bertemu langsung dengan pelanggan dan pembeli pada pameran yang terjadwal waktu dan tempatnya.

Wabah COVID-19 yang merebak pada awal tahun 2020 membawa dampak yang signifikan dalam perikehidupan umat manusia di seluruh dunia. Salah satu dampak pandemi COVID-19 ialah UMKM di Indonesia, berdasarkan data dari kementerian koperasi yang menggambarkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi (Amri, 2020). Usaha mengurangi penyebaran penyakit berujung pembatasan mobilitas secara masif. Hal ini berimbas pada melemahnya sektor UMKM dengan estimasi kerugian hingga miliaran rupiah. Akibat pandemi saat ini maka 90% kegiatan pameran skala besar terpaksa ditunda bahkan dibatalkan (Antara, 2020). Untuk itu memerlukan solusi pemasaran produk melalui pemasaran *online*, antara lain penjualan melalui *e-Marketplace*, *e-Commerce*, dan pameran virtual.

e-Marketplace adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui media internet atau jaringan *world wide web*. Pengertian dari *e-Marketplace* adalah tempat atau wadah untuk melakukan pemasaran produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet (Ahsyar et al., 2020). Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology* (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Zhang, 2014). Dengan adanya internet dan ICT proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. Dengan kemampuan web atau internet yang bisa mengirimkan berbagai bentuk data seperti teks, grafik, gambar, suara, animasi, atau bahkan video, maka banyak kalangan bisnis yang memanfaatkan teknologi ini dengan membuat *homepage* untuk mempromosikan usahanya. Kini hampir semua lapisan masyarakat (terutama di negara maju) sudah sangat terbiasa dengan web ini, karena hampir segala jenis informasi bisa diperoleh.

Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka ICT telah dimanfaatkan untuk pemasaran dan penjualan produk-produk melalui dunia maya yang sering disebut *e-Commerce*. Penjualan dan pemasaran produk melalui dunia maya mempunyai banyak keuntungan, yaitu cakupan yang luas, tidak mengenal ruang dan waktu, dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Oleh karena itu *e-Commerce* patut dicoba untuk membantu mengembangkan UMKM yang ada di Indonesia (Jauhari, 2010).

Pameran *Virtual Online* (VE) semula dianggap hanya sebagai pelengkap untuk menunjang pameran fisik karena VE mengatasi keterbatasan ruang, waktu dan lokasi dan VE memungkinkan para pengunjung global untuk mengakses produk atau benda menarik yang disimpan di pameran selama 24 jam. VE yang dibangun dengan baik dapat menawarkan pengalaman alternatif untuk "hal yang nyata" dan terbuka peluang lain yang mencakup belajar, lebih banyak konten di luar pameran fisik, partisipasi aktif dan kontribusi pengunjung melalui forum dan unggahan, belanja *online*, dan lain-lain (Foo, 2008).

Pameran virtual dapat menjadi solusi di tengah larangan berkerumun saat Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pameran virtual merupakan acara yang dapat disaksikan di komputer dan telepon genggam dengan menggunakan internet dimana saja dan kapan saja. Pameran ini merupakan salah satu cara terbaik untuk menyebarkan informasi digital di area apa pun termasuk memamerkan produk dan jasa UMKM dengan waktu pengunjung 24 jam per hari dan 365 hari dalam setahun. Pameran *online* memberikan pengalaman praktis dan solusi hemat biaya dan mengatasi keterbatasan pameran fisik dan juga memberikan interaktivitas yang sangat baik untuk pengguna. Pameran virtual menampilkan koleksi digital replika peristiwa atau objek nyata dikembangkan dengan bantuan alat multimedia dan *virtual reality* menghasilkan lingkungan

simulasi di komputer, dan dikirimkan melalui web sehingga pengguna akan mendapatkan hal yang sama kepuasan saat mereka melihat atau menggunakan objek fisik dalam kehidupan nyata (Ramaiah, 2014).

Panggung portabel dan atap panggung tiup energi independen merupakan temuan pada Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) Universitas Merdeka Malang. Fasilitas ini sangat cocok untuk kebutuhan pameran pemasaran produk UKM, waktu yang dibutuhkan untuk pemasangan panggung portabel 2 jam, sedangkan untuk pemasangan atap panggung tiup memerlukan 6 menit dan membongkar 10 menit. Atap panggung ini mampu mengurangi rata-rata suhu di bawah penutup 2,2°C. Energi listrik untuk blower dan sistem suara portabel dapat dipenuhi oleh 4 panel sel surya fotovoltaik, di cuaca cerah cuaca menghasilkan minimum arus 13,2 ampere dan tegangan 19,2 volt, arus listrik ini disimpan dalam 2 buah battery masing-masing kapasitas 100 AH sehingga mampu mensuplai listrik sebesar 1.000 WH, jadi tidak membutuhkan listrik generator atau listrik. (Budiyanto et al., 2018). Pada tahun 2018 telah dilakukan pemasangan Model Atap Panggung Tiup pada beberapa pameran, antara lain: *Entrepreneur day* di Unmer Malang, Bazaar RW 09 Kelurahan Lowokwaru Kota Malang dan Panggung Halal Bi Halal Kampung Bunga Grangsil, Jambangan Kabupaten Malang. Sedang tahun 2019 pemasangan Prototip Atap Panggung Tiup dilakukan di Parade *Handicraft* Skodam Malang, *Launching* Kampung Bunga Grangsil, dan Gerakan Anti Narkoba di Kampus ITN Malang. Tahun 2020 tidak memungkinkan dilakukan pameran offline sehingga dilaksanakan Pameran virtual dan *workshop* kerajinan rajut bertajuk "*Virtual Expo* dan *Workshop* UMKM Kota Malang telah dilaksanakan di Universitas Merdeka Malang pada tanggal 12 September 2020, melibatkan beberapa komunitas UMKM, antara lain: 1) Asosiasi Perajin Kota Malang, 2) Komunitas Crafter Plat N, 3) Asosiasi Kuliner Kota Malang, 4) Hobikayu Malang *Chapter*, 5) Himpunan Pengusaha Muda Perguruan Tinggi Unmer Malang, dan 6) Inkubator Bisnis Unmer Malang. *Virtual Expo* dan *Workshop* UMKM Kota Malang ini mengaplikasikan panggung portabel dan atap panggung tiup dengan energi mandiri fotovoltaik (Gim & Jon, 2020).

2. METODE

Artikel ini merupakan hasil penelitian tindakan (*action research*) yang menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan studi kasus *Virtual Expo* dan *Workshop* UMKM yang diadakan di Halaman Parkir Kantor Pusat Universitas Merdeka Malang. Terdapat 2 aspek yang menjadi fokus yaitu: 1) panggung portabel dan atap panggung tiup, 2) pelaksanaan *virtual expo* dan *workshop*.

Penelitian dan Pengabdian ini merupakan jawaban atas permasalahan pada aspek pameran *online* bagi UMKM, yaitu ketersediaan panggung hiburan yang hingga saat ini masih banyak menggunakan panggung konvensional sehingga memerlukan waktu perakitan dan pembongkarannya. Langkah solusinya adalah penggunaan panggung portabel dan atap panggung tiup yang cepat bangun-bongkar dengan energi listrik mandiri disertai fasilitas *online* untuk melakukan tayangan *live streaming* dan *channel Youtube*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Panggung Hiburan

Panggung hiburan dibuat dari bahan multipleks yang didukung oleh rangka baja secara portabel, sedangkan atap panggung berupa kain tarpaulin PVC menggunakan struktur pneumatik tiup dengan pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) yang merupakan hasil Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT).

Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19

Hery Budiyanto, Pindo Tutuko, Erna Winansih, Aries Boedi Setiawan, Muhammad Iqbal

Kelebihan dari panggung ini adalah kecepatan dalam membangun, hanya diperlukan waktu 2 jam serta membutuhkan 2 orang untuk merakit serta membongkarnya. Atap panggung tiup yang terbuat dari kain tarpaulin, hanya membutuhkan waktu 10 menit untuk mendirikannya dan membutuhkan 2 orang untuk meniup menggunakan peralatan *blower*. Kebutuhan listrik untuk *blower* dan *sound system* dipenuhi oleh PLTS yang mempunyai kapasitas 1.000 WH.

Kelebihan atap panggung ini adalah keindahan yang diciptakan dari bahan tarpaulin PVC dengan bentuk lengkung sehingga fokus kegiatan *virtual expo* berada pada panggung dan atap panggung tiup. Sedangkan kelemahan atap panggung tiup ini adalah pada bahan kain tarpaulin PVC. yang tidak dapat menahan panas di waktu siang. Perbedaan suhu udara di luar dan di bawah panggung mencapai antara 1 hingga 2 derajat celsius sehingga di siang hari suhu luar dapat mencapai 38°C. Hal ini diatasi dengan pemasangan 2 buah AC portabel sehingga suhu di bawah atap panggung bisa dipertahankan maksimum 25°C.



Gambar 1. Panggung portabel, atap panggung dengan energi surya

UKM Peserta *Virtual Expo*

e-Marketplace dalam bentuk *Virtual Expo* di Lapangan Parkir Unmer Malang ini dimulai pada pukul 08.00 hingga 10.00 WIB, diikuti oleh 6 Paguyuban/Asosiasi sebagaimana Tabel 1.

Tabel 1. Peserta *Virtual Expo*

| Komunitas | Bidang Usaha |
|---|-----------------------------|
| Asosiasi Perajin Kota Malang | Kerajinan |
| Komunitas Crafter Plat N | Kerajinan & Fashion |
| HOBİKAYU Malang Chapter | Kerajinan dan Furnitur Kayu |
| AKU Kuliner Indonesia | Kuliner |
| Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) | Kerajinan, Kuliner, Jasa |
| Inkubator Bisnis Merdeka Malang | Kerajinan, Kuliner, Jasa |

Masing-masing peserta menata produknya pada tenda kerucut dengan penataan sebagaimana biasanya dilakukan pada acara pameran *offline* lengkap dengan penjaga stan. Masing-masing komunitas diwawancara, diambil gambar foto dan videonya dan disiarkan secara langsung (*live streaming*) melalui

channel Youtube Universitas Merdeka Malang. Pengunjung yang tidak sempat menyaksikan pameran virtual secara langsung dapat melihatnya melalui *Youtube* <https://www.youtube.com/watch?v=-F-Eic0L41M&t=7041s>. Hingga saat ini sudah ada 417 pengunjung pameran virtual ini secara *online*.



Gambar 2. Tenda stan komunitas UMKM

Workshop

Workshop pembuatan masker rajut dilaksanakan di atas panggung, melibatkan 12 peserta dengan 2 orang instruktur, dilaksanakan selama 3 jam. Para peserta *workshop* adalah ibu-ibu anggota Rukun Ibu Universitas Merdeka Malang (RIUM) yang sama sekali tidak memiliki keterampilan merajut. Dengan metode pembelajaran dan praktik secara langsung oleh Galeri Vissti, maka para peserta mampu membuat masker rajut hanya dalam waktu 3 jam. Suasana tempat pelatihan rajut terasa nyaman meskipun kegiatan dilaksanakan di siang hari. Hal ini dimungkinkan karena ruangan dibawah atap panggung dikondisikan suhunya menggunakan 2 buah AC portabel sehingga suhu maksimumnya 25°C.



Gambar 3. *Workshop* Kerajinan Rajut

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Panggung portabel dan atap panggung tiup dengan energi surya telah digunakan sebagai fasilitas utama pameran *Virtual Expo* dan *workshop* kerajinan rajut. Panggung portabel dapat dibangun dalam waktu 2 jam dan atap panggung tiup disiapkan dalam waktu 10 menit. Kenyamanan di bawah atap panggung dapat dicapai dengan suhu ruang maksimum 25°C dengan bantuan AC portabel sehingga aktivitas di

Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19

Hery Budiyanto, Pindo Tutuko, Erna Winansih, Aries Boedi Setiawan, Muhammad Iqbal

bawah atap panggung terasa nyaman. Aktivitas *virtual expo* melibatkan 6 komunitas ekonomi kreatif kerajinan, fashion, dan kuliner, berlangsung selama 2 jam menghasilkan sebuah pameran interaktif yang dapat disaksikan secara langsung, melalui *live streaming* maupun secara *online* pada *channel Youtube* Universitas Merdeka Malang. Aktivitas *workshop* kerajinan rajut yang membuat produk masker rajut telah berlangsung dalam waktu 3 jam diikuti oleh 12 peserta dan 2 orang instruktur. *Workshop* ini telah berhasil meningkatkan *skill* peserta dari tidak bisa membuat produk rajut hingga mampu membuat masker rajut hanya dalam waktu 3 jam.

Saran

Virtual Expo dan *Workshop* UMKM yang telah dilaksanakan di Universitas Merdeka Malang dapat dikembangkan dan diduplikasi untuk meningkatkan pasar melalui pemasaran *online* UMKM dalam bentuk *virtual expo*. Penelitian dan pengabdian dapat dilanjutkan dengan *virtual expo* yang interaktif dimana UMKM dan pelanggan dapat berhubungan langsung dalam bentuk komunikasi dan pembelian produknya secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace media pengembangan promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43. <http://dx.doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123-131.
- Antara. (2020). Pameran Virtual Jadi Solusi di Tengah Pandemi Covid-19. *Republika*. Diakses dari <https://republika.co.id/berita/qcabfy425/pameran-virtual-jadi-solusi-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Budiyanto, H., Winansih, E., Setiawan, A. B., & Setiawan, M. I. (2018). Portable stage and pneumatic air inflated roof structured with independent energy as a means of exhibition of SME products. *Internasional Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*, 6(9), 48-51.
- Foo, S. (2008). Online virtual exhibitions: Concepts and design considerations. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 28(4), 22-34. <https://doi.org/10.14429/djlit.28.4.194>
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 1-12.
- Mashuri, M. (2019). Analisis strategi pemasaran UMKM di era 4.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 215-224.
- Ramaiah, C. K. (2014). Trends in online exhibitions. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 34(2), 83-86. <http://dx.doi.org/10.14429/djlit.34.6757>
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146. <http://dx.doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Tem. (2020). Bangkitkan Potensi Ekonomi Kreatif. *New Malang Pos*. <https://newmalangpos.id/2020/09/14/optimalikan-ekosistem-ekonomi-kreatif/>

- Yahya, A. O., & Lubis, D. P. (2017). Efektivitas pameran sebagai media komunikasi pemasaran dewan kerajinan nasional daerah Kota Bogor. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 1(2), 183-194. <https://doi.org/10.29244/jskpm.1.2.183-194>
- Zhang, Y. (2014). Data integration in B2B e-commerce. *Advanced Materials Research*, 989-994, 4802–4805. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.989-994.480>
-