

Peningkatan Pengetahuan Tentang Pemasaran Online Bagi Pelaku Kerajinan Anyaman Tas Di Kabupaten Jember

Increasing Knowledge About Online Marketing for Handicraft Bag in Jember

Wahyu Nur Achmadin*¹, Zuwidatul Masruroh¹, Audia Dwi Retno Wulandari¹

¹Prodi Statistika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Argopuro Jember, Jl. Jawa No. 10, Jember, 68121, Indonesia

Email*: wahyu.unipar@gmail.com

Article history

Received : Oct 26, 2022

Revised : Jan 10, 2023

Accepted : Jan 12, 2023

Abstrak – Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan jumlah penjualan hasil produksi anyaman tas secara online. Sistem penjualan selama ini adalah dengan menitipkan produk dengan jumlah tertentu di toko-toko kecil yang ada di lingkungan sekitar pengrajin dan menjual langsung di pasar tempat pengrajin berdagang. Oleh karena itu, pemecahan masalah yang tepat diperlukan untuk meningkatkan pemasaran, yakni peningkatan pengetahuan para pelaku kerajinan dalam pemasaran online. Ceramah pelatihan dan pendekatan individual kepada pengrajin anyaman tas merupakan salah satu dari beberapa metode yang digunakan. Para peserta pengrajin anyaman tas khususnya sangat antusias dalam mengikuti pelatihan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan. Hal tersebut dikarenakan kesadaran para pelaku kerajinan anyaman untuk meningkatkan pemasaran secara online dan sekaligus meningkatkan perekonomian mereka. Selain peningkatan pengetahuan secara teori dan praktik, para pelaku kerajinan anyaman tas juga diberikan pelatihan motivasi guna meningkatkan mentalitas mereka dalam berbisnis melalui online. Kegiatan ini memberikan kontribusi bagi peningkatan pengetahuan pelaku kerajinan anyaman tas dalam pemasaran online.

Kata kunci: kerajinan anyaman tas, pemasaran online, peningkatan

Abstract – *The purpose of this service activity is to increase the number of sales of handicraft bag products online. The sales system so far has been by entrusting a certain amount of products in small shops in the environment around the craftsmen and selling directly at the market where the craftsmen trade. Therefore, proper problem solving is needed to improve marketing, namely increasing the knowledge of craft actors in online marketing. Training lectures and individual approaches to handicraft bag craftsmen are one of several methods used. The participants in the handicraft bag craftsmen were especially enthusiastic in participating in the training given in carrying out the activity. This is due to the awareness of the perpetrators of handicrafts to increase online marketing and at the same time improve their economy. In addition to increasing knowledge in theory and practice, handicraft bag craftsmen are also given motivational training to improve their mentality in doing business online. This activity contributes to increasing the knowledge of woven bag craftsmen in online marketing.*

Key words: *handicraft bag, online marketing, increase*

I. PENDAHULUAN

Saat ini dunia industri mengalami perkembangan yang sangat pesat, diawali pada abad 17 sampai sekarang. Revolusi industri pada saat ini adalah revolusi industri digital atau biasa dikenal dengan istilah revolusi industri 4.0. Adapun istilah ini hadir ke ranah industri sebagai strategi pembangunan pemerintah Jerman di bidang industri kala itu yang kemudian diimplementasikan. Implementasi dari revolusi industri tersebut dapat tercipta melalui peningkatan teknologi global.

Historis dari revolusi industri ini dimulai pada revolusi industri 1.0 yaitu dengan terciptanya mesin uap temuan James Watt pada tahun 1765 dan kemudian berkembang menjadi revolusi industri 2.0 pada abad 19. Inovasi dari revolusi industri 2.0 ini merupakan pengembangan teknologi mesin uap dengan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, seperti manufaktur, telegraf, dan motor listrik. Kemudian inovasi ini pun berlanjut menuju inovasi teknologi

elektronik komputer dan perangkat lunak yang menandakan awal mulanya revolusi industri 3.0, yakni pada tahun 1960-2010. Sehingga tibalah sampai sekarang ini inovasi industri yang berkembang menjadi revolusi industri 4.0 dengan sistem industri sebagai ekonomi secara global [1].

Teknologi jaringan internet saat ini semakin berkembang. Berbagai transaksi dapat digunakan dengan menggunakan teknologi jaringan internet yang bahkan melebihi dari kapasitas fungsinya, yaitu menghubungkan komunikasi manusia. Kemampuan dapat diakses dengan cepat dan mudah menjadikan salah satu kelebihan dari teknologi ini. Merebaknya bisnis online pada saat ini yang mampu membuka lapangan kerja dengan luas dapat meyakinkan masyarakat untuk menjawab tantangan global di era digital. Kemenkominfo mencatat bahwa pencapaian nilai bisnis online di Indonesia sudah senilai 12 Miliar dolar AS bersamaan dengan tingginya pengguna internet di Indonesia yang tercatat 93,4 juta orang dimana 71 juta orang pengguna

ialah pengguna fitur telepon pintar [1]. Informasi tersebut menjadi peluang bagi Indonesia untuk menguatkan ekonomi baru dunia.

Berdasarkan survey firma bisnis Deloitte, pendapatan 80% lebih tinggi akan didapatkan secara online dibandingkan secara konvensional. Namun, dari 60 juta UKM di Indonesia, hanya 10 persen yang telah memanfaatkan teknologi informasi sebagai pemasaran online. Sedangkan pengguna akses internet di Indonesia cukup tinggi seperti yang telah dipaparkan oleh Kemkominfo di bagian pendahuluan [1]. Selain itu, 92 juta orang pengguna akses internet di tahun 2015 akan meningkat menjadi kisaran 215 juta orang pada tahun 2020.

Perkembangan teknologi telah mengubah cara dan peta bisnis dunia. Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut, juga terjadi perkembangan dalam berbagai aspek kehidupan, misalnya dalam aspek politik ekonomi, sosial, dan budaya [2]. Sejalan dengan cepatnya perkembangan teknologi informasi tersebut, perusahaan-perusahaan makin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan [2]. Bukan hanya perusahaan besar yang memanfaatkan teknologi informasi tetapi usaha mikro, kecil menengah (UMKM) pun memanfaatkannya. Usaha mikro, kecil menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara [3].

Peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak hanya fokus terhadap pertumbuhan ekonomi, namun mampu berperan sebagai pembangunan ekonomi nasional. Ketika krisis melanda, UMKM mampu bergerak stabil dibanding usaha lain. Hal ini membuktikan bahwa krisis tidak mempengaruhi aktifitas UMKM. Adapun yang terjadi adalah serapan sumber daya menjadi pola dasar modal utama UMKM itu sendiri, dengan menumbuhkan SDM lokal, baik dimulai dari pelaku hingga bahan baku [4].

Ibu Siti merupakan salah seorang pedagang yang berjualan di pasar Tanggul sejak tahun 1999 sehingga memiliki pelanggan tetap yang jumlahnya cukup banyak. Produk ini dijual di pasar tempat ia berdagang. Adapun pengenalan produk masih menggunakan metode dengan pemasaran yang tersebar hanya di satu titik, yaitu pasar, sedangkan produk tas anyaman tali plastik selalu terjual lebih kurang antara 1 sampai 3 unit.

Meskipun demikian, model pemasaran yang dilakukan oleh ibu Siti tersebut masih tergolong manual dan belum memaksimalkan penggunaan IPTEK yang berbasis media online (toko online) dimana pergerakannya dinilai lebih cepat dan luas dibandingkan toko offline. Oleh sebab itu, suatu program pemasaran yang berbasis pada pengelolaan IPTEK yang tepat guna sangat dibutuhkan untuk meningkatkan taraf penjualan, sehingga sanggup meningkatkan kesejahteraan anggota kelompok dalam hal finansial.

Berdasarkan paparan di atas, maka penulis menginisiasi pelatihan dan berbagi pengetahuan terkait pemanfaatan jaringan internet dalam upaya media pemasaran online untuk perluasan jangkauan pasar.

II. METODE PELAKSANAAN

Sasaran kegiatan ini adalah 1 pelaku usaha perajin anyaman tas, yaitu Ibu Siti dengan anggota yang

membantunya sebanyak 9 anggota di Desa Semboro, Tanggul, Kabupaten Jember. Kegiatan ini menggunakan dua metode pendekatan, yaitu pendekatan secara klasikal dan pendekatan secara individu. Skema kegiatan ini mencakup dua hal, yaitu pelatihan berupa ceramah dan evaluasi selama pelatihan [5].

Pendekatan klasikal merupakan pemberian pelatihan mengenai pemasaran online secara ceramah. Salah satunya yaitu pemberian motivasi agar bersemangat dalam melakukan pemasaran produk secara online disamping berjualan di pasar. Tahapan kegiatan yang dilakukan antara lain:

1. Pengenalan tentang pemasaran online.

Kegiatan ini mengenalkan bahwa pentingnya akan pemasaran secara online pada masa seperti ini. Pemafaatan teknologi informasi dilakukan oleh UMKM umumnya diawali dari proses pemasaran. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurnia, Choudrie, Mahbubur & Alzougool pada tahun 2015, bahwa sektor usaha kecil (UMKM) memanfaatkan teknologi pada proses pemasarannya untuk memperluas pangsa pasar atas produk yang dijual [6].

2. Pemberian Motivasi

Kemudian kegiatan berikutnya adalah pemaparan berbagai motivasi dalam pemasaran online. Hal ini bertujuan agar memperkuat mentalitas para pelaku usaha. Motivasi menjadi salah satu kebutuhan penting dalam proses kegiatan yang bersifat pembelajaran. Pengaruh motivasi terhadap pembelajaran dapat dilihat dari keterlibatan dan respon terhadap materi yang diajarkan. Semakin tinggi keterlibatan dan respon terhadap pembelajaran, semakin baik yang akan mereka capai. Hal ini juga berlaku dalam pembelajaran khususnya pemasaran online [7].

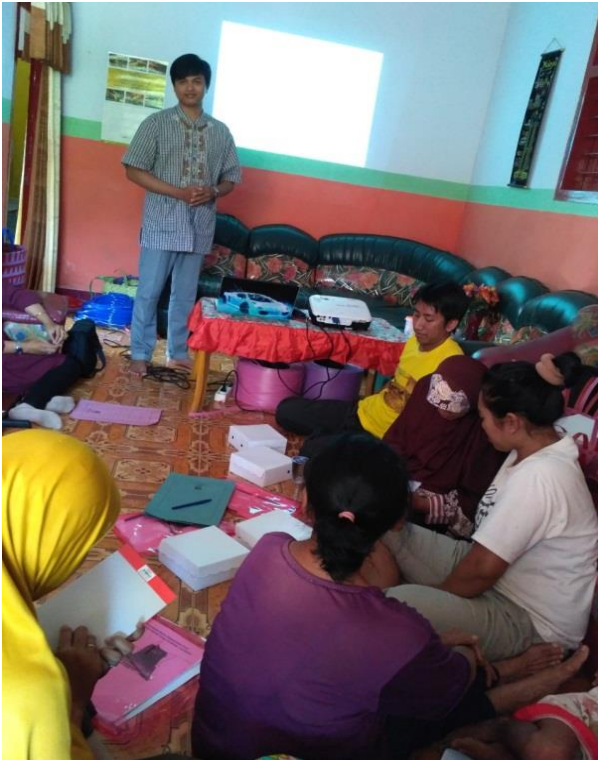
Pendekatan individual dilakukan setelah pendekatan klasikal dilaksanakan. Adapun maksud dari pendekatan individual adalah penyampaian materi terhadap masing-masing peserta. Materi yang disampaikan berupa proses pembuatan akun pada media sosial serta menjelaskan aturan-aturan yang harus dilakukan untuk menjual hasil produksi pada masing-masing aplikasi market online yang ada di Indonesia.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan di daerah Tanggul, Kabupaten Jember. Kegiatan Pengabdian ini dikhususkan kepada masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin anyaman tas di wilayah tersebut. Pada program ini kami memberikan penambahan keilmuan terkait dengan pemasaran online dan motivasi. Peserta mendapatkan pengetahuan tentang memasarkan produk olahannya secara online.

Pelatihan ini meliputi materi penenalan dasar tentang pemasaran berbasis media online. Selanjutnya dilanjutkan dengan penambahan motivasi mental agar berani untuk memasarkan hasil produknya melalui media online. Selama pemaparan berlangsung, dilakukan metode diskusi. Hal ini dimaksudkan agar upaya dari penulis mengenai pemberdayaan SDM terhadap teknologi mampu

menyadarkan peserta, bahwa metode secara online itu penting dalam pemasaran produk dan strategis dalam perekonomian.



Gambar 1. Pemberian pemahaman mengenai pemasaran online

Materi pertama disampaikan oleh penulis yaitu pemberian materi tentang pemasaran online di Indonesia. Materi disampaikan secara runtut mulai dari pengenalan dasar mengenai pemasaran offline yang berlanjut berbasis online, dampak positif terhadap pemasaran online, hingga pengiriman produk order. Dalam kegiatan ini pun diberikan video pengenalan untuk menambah tingkat pemahaman secara visual. Pemaparan terlihat pada Gambar 1.

Setelah pengenalan pemasaran online selesai, penulis memberikan contoh praktik dalam pembuatan akun, memasukkan gambar ke dalam akun, dan sebagainya secara metode individu.



Gambar 2. Peserta sedang menyimak materi pemasaran online

Pemberian contoh secara praktik diharapkan mampu menggugah masyarakat pengrajin, terutama UMKM setempat untuk memasarkan produknya melalui media

online. Terlihat pada Gambar 1 bahwa peserta sangat antusias terhadap pemaparan. Hal ini dapat diketahui dari pertanyaan diskusi yang timbul baik dari metode klasikal maupun metode individu yang dilakukan.

Materi selanjutnya adalah para peserta diberikan motivasi dalam dunia pemasaran online. Selain diberi masukan melalui teori dan praktik, maka mentalitas para peserta juga diberikan pada kegiatan ini. Motivasi menjadi salah satu kebutuhan penting dalam proses pembelajaran [8]. Pengaruh motivasi terhadap pembelajaran dapat dilihat dari keterlibatan dan respon peserta terhadap materi yang diajarkan. Semakin tinggi keterlibatan dan respon peserta terhadap pembelajaran, semakin baik yang akan mereka capai [9]. Hal ini juga berlaku dalam pemberian motivasi pada kegiatan ini.



Gambar 3. Peserta dengan hasil produk tas anyaman

Antusias para peserta terhadap materi motivasi ini dapat terlihat setelah membahas mengenai perekonomian. Hampir dari seluruh peserta menginginkan perekonomian yang lebih baik lagi. Sehingga peserta berharap dengan adanya pengetahuan pemasaran online ini mampu untuk meningkatkan perekonomian peserta.

Dengan terlaksananya pengabdian ini, para peserta mulai tersadarkan akan pentingnya menjual hasil produknya dengan media online sehingga para peserta berharap dapat meningkatkan produk bersamaan dengan penjualan yang dilakukan secara online. Upaya tersebut sebagai usaha dalam memaksimalkan potensi keuntungan [3,10]. Hal ini diakui oleh ibu siti bahwa dirinya mengalami kenaikan penjualan sekitar 2-3 kali lipat dari penjualan biasanya.

IV. KESIMPULAN

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, para peserta pengrajin anyaman tas khususnya sangat antusias sekali dalam mengikuti pelatihan yang penulis berikan. Hal ini dikarenakan para peserta memang belum mengetahui pelatihan pemasaran online serta keinginan para peserta untuk mengembangkan usahanya dengan metode pemasaran berbasis online. Diakui bahwa hasil penjualan dengan metode pemasaran online, usaha anyaman tas ibu siti mengalami kenaikan penjualan sekitar 2-3 kali penjualan di pasar.

PUSTAKA

- [1] Maryam S and Wahidin D T S 2020 Pendampingan Pengembangan Kemandirian Anggota Karang Taruna

- Kelurahan Pancoranmas Kota Depok Melalui Metode Komunikasi Pemasaran Bisnis Online *IKRA-ITH ABDIMAS* **3** 69–74
- [2] Kurniawan R and Diptyana P 2011 Telaah Pemanfaatan Software Akuntansi Oleh Usaha Kecil dan Menengah *Indones. Account. Rev.* **1** 107
- [3] Kurnia S, Choudrie J, Mahbubur R M and Alzougool B 2015 E-commerce technology adoption: A Malaysian grocery SME retail sector study *J. Bus. Res.* **68** 1906–18
- [4] Hukama L D and Simon Z Z 2017 Pelatihan Pendampingan Dan Pemasaran Berbasis Toko Online Bagi Ukm Herbal Sari Sehat Multifarm, Tegalwaru Ciampea Kabupaten Bogor *Int. J. Community Serv. Learn.* **1** 118
- [5] Ningsih S C and Aviory K 2020 Pendampingan Penulisan Artikel Ilmiah Bagi Guru SD *Int. J. Community Serv. Learn.* **4** 109–16
- [6] Putra Y M and Syachrudin D 2019 Pendampingan Penerapan Sistem Pemasaran Online Dan Pelaporan Keuangan Sederhana Pada Sektor Usaha Kecil Di Kelurahan Meruya Selatan *J. Abdi Masy.* **5** 27
- [7] Julanos, Nugraha N B and Suarlin J 2020 Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris Bagi Siswa SMP *Madani Indones. J. Civ. Soc.* **2** 22–7
- [8] Setiawan K C 2016 Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Level Pelaksana Di Divisi Operasi Pt. Pusri Palembang *Psikis J. Psikol. Islam.* **1** 43–53
- [9] Emda A 2018 Kedudukan Motivasi Belajar Siswa dalam Pembelajaran *Lantanida J.* **5** 172
- [10] Anggraini A A 2008 Manajemen Keyword: Strategi Pemasaran Online Menggunakan Search Engine *J. Pendidik. Akunt. Indones.* **6** 60–9