

Pemasaran Digital untuk Produk Kerajinan Anyaman, Rajut, Manik-Manik di Cikarang Baru

(Digital Marketing for Woven, Knitted, Beaded Craft Products in Cikarang Baru)

Etty Zuliawati^{1*}, Muhammad Iqbal Al Habsy², Shellometha Chinthya H³, Azwa Aisa Fatqi⁴

¹⁻⁴ Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email : ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id^{1*}, iqbal.hasby@gmail.com², shellomethach@gmail.com³, aisahfatqih@gmail.com⁴

Article History:

Received: Juli 16, 2024;

Revised: Agustus 21, 2024;

Accepted: September 25, 2024;

Published: Desember 20, 2024;

Keywords: Digital marketing, MSMEs, crafts, marketing strategy

Abstract: The Community Service program partners in this activity are Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) engaged in crafts, such as weaving, knitting, and beaded jewelry, in the Cikarang Baru area. These MSMEs have been running their businesses for several years, but the marketing strategies applied are still conventional and therefore less effective. Therefore, it is important to provide training on the use of digital marketing so that the marketing system can be improved, expand market reach, and support increased product sales. In this activity, MSMEs receive training on the importance of digital marketing, as well as assistance in creating business accounts on digital platforms such as Google Business and Instagram, along with tutorials for optimal management. The outputs of this service include Google Business accounts, Instagram accounts, scientific articles published in national journals, and activity reports. The methods used in this service are lectures and practical tutorials in creating and managing accounts on digital media. The results of this activity indicate that digital marketing strategies need to be followed up with regular guidance so that they can function effectively and optimally in supporting marketing activities and increasing sales of MSME products.

Abstrak

Mitra program Pengabdian Masyarakat dalam kegiatan ini adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kerajinan, seperti anyaman, rajut, dan perhiasan manik-manik, di daerah Cikarang Baru. UMKM ini telah menjalankan usahanya selama beberapa tahun, namun strategi pemasaran yang diterapkan masih bersifat konvensional sehingga kurang efektif. Oleh karena itu, penting agar memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasaran dapat ditingkatkan, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung peningkatan penjualan produk. Dalam kegiatan ini, UMKM mendapatkan pelatihan mengenai pentingnya digital marketing, serta bantuan dalam membuat akun bisnis di platform digital seperti Google Bisnis dan Instagram, beserta tutorial untuk pengelolaannya yang optimal. Luaran dari pengabdian ini meliputi akun Google Bisnis, akun Instagram, artikel ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal nasional, serta laporan kegiatan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah ceramah dan tutorial praktik dalam membuat dan mengelola akun di media digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa strategi digital marketing perlu ditindaklanjuti dengan pembimbingan secara berkala agar dapat berfungsi secara efektif dan optimal dalam menunjang kegiatan pemasaran serta meningkatkan penjualan produk UMKM.

Kata Kunci: Pemasaran digital, UMKM, kerajinan, strategi pemasaran

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap cara pelaku usaha memasarkan produk mereka. Pemasaran yang dulunya bergantung pada metode tradisional kini bertransformasi menjadi pemasaran digital, yang menawarkan berbagai platform untuk menjangkau konsumen dengan lebih efektif (Ascharisa, 2018). Digital marketing mencakup strategi pemasaran yang terintegrasi dan interaktif, memungkinkan interaksi yang lebih dinamis antara produsen dan konsumen (Purwana et al., 2017).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama dalam memproduksi kerajinan tangan seperti anyaman, rajut, dan manik-manik. Namun, banyak UMKM di Cikarang Baru yang masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Banyak dari mereka yang masih bergantung pada metode pemasaran konvensional yang kurang efektif dan terbatas dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Wardhana, 2018).

Salah satu media digital yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM adalah Google Bisnis. Dengan menggunakan platform ini, bisnis dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen melalui pencarian di Google dan Google Maps. Ini sangat penting bagi UMKM yang ingin meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka (Ridwan et al., 2019). Selain itu, media sosial, terutama Instagram, menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan produk. Fitur Akun Bisnis di Instagram memungkinkan pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka secara visual dan menjalin interaksi langsung dengan konsumen (Rachmawati, 2018).

Mitra dalam pengabdian ini adalah UMKM kerajinan di Cikarang Baru yang bergerak dalam produksi anyaman, rajut, dan manik-manik. Meskipun memiliki potensi produk yang menarik, pemasaran mereka masih sangat terbatas. Oleh karena itu, pelatihan mengenai pentingnya digital marketing sangat diperlukan untuk meningkatkan strategi pemasaran, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung peningkatan penjualan produk. Dalam kegiatan ini, mitra akan dibantu dalam pembuatan akun di media digital, seperti Google Bisnis dan Instagram, serta pelatihan mengenai pengelolaan media tersebut untuk keperluan promosi yang lebih efektif. Dengan demikian, diharapkan UMKM kerajinan di Cikarang Baru dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

2. METODE KEGIATAN

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pemasaran Digital Untuk Produk Kerajinan Anyaman, Rajutt, Manik-Manik Di Cikarang Baru” dilaksanakan di Jl. Beruang X No.41 Blok A2, Jayamukti Cikarang Baru, Kec. Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi. Lokasi ini dipilih karena menjadi sentra usaha kecil yang membutuhkan dukungan dalam pengembangan strategi pemasaran digital.

Peserta

Peserta kegiatan terdiri dari pemilik UMKM dan pengrajin yang terlibat langsung dalam operasional UMKM kerajinan. Selain itu, mahasiswa dari Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa turut dilibatkan sebagai fasilitator dan pendukung dalam membantu pelaksanaan pelatihan serta pendampingan teknis bagi para peserta.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi dua metode utama:

1. Metode Ceramah

Pelatihan dimulai dengan ceramah yang menjelaskan pentingnya peranan digital marketing dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM, khususnya untuk kerajinan. Ceramah ini membahas bagaimana UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Contoh-contoh sukses dari UMKM yang telah berhasil menerapkan strategi digital marketing juga disampaikan untuk memberikan inspirasi dan motivasi bagi para peserta. Dengan demikian, diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih sadar akan manfaat besar yang dapat diperoleh melalui pemanfaatan digital marketing.

2. Metode Praktek Langsung dan Tutorial

Setelah sesi ceramah, peserta diberi kesempatan untuk mempraktekkan pembuatan akun di media digital yang telah ditentukan, yaitu Google Bisnis dan akun bisnis di Instagram. Tutorial ini diberikan secara langsung dengan panduan langkah-langkah praktis:

- **Google Bisnis:** Cara membuat akun, memasukkan informasi bisnis seperti lokasi, jam operasional, deskripsi produk, dan gambar. Peserta juga diajarkan cara mengoptimalkan fitur-fitur Google Bisnis seperti pengelolaan ulasan

pelanggan dan penggunaan Google Maps untuk membantu konsumen menemukan bisnis mereka.

- **Instagram Bisnis:** Pembuatan akun bisnis di Instagram dan cara mengelola akun tersebut untuk promosi produk. Peserta dipandu untuk membuat konten visual yang menarik, memanfaatkan fitur Instagram Stories, Feed, dan Reels, serta penggunaan hashtag yang relevan untuk menjangkau lebih banyak audiens. Peserta juga diajarkan cara menganalisis performa akun melalui fitur Insight Instagram.

Peralatan dan Bahan yang Digunakan

1. Laptop

ini digunakan untuk memaparkan materi ceramah dan memberikan tutorial secara visual, sehingga peserta dapat mengikuti setiap langkah dengan jelas.

2. Gadget (Handphone) dan Paket Data/Internet

peserta akan menggunakan gadget pribadi berupa handphone untuk mengakses Google Bisnis dan Instagram Bisnis. Paket data atau jaringan internet juga disiapkan untuk memfasilitasi akses selama pelatihan. Gadget ini penting untuk melaksanakan praktik langsung pembuatan akun dan pengelolaan media digital yang diajarkan selama pelatihan.

Langkah Kerja

Adapun langkah pelaksanaan kegiatan “**Pemasaran Digital untuk Produk Kerajinan Anyaman, Rajut, dan Manik-Manik di Cikarang Baru**” adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan Mitra

Tahap awal kegiatan dimulai dengan koordinasi bersama mitra UMKM kerajinan di Cikarang Baru. Koordinasi mencakup penyusunan jadwal kegiatan, penetapan lokasi pelaksanaan, serta penentuan peserta yang akan mengikuti pelatihan. Dalam proses ini, Pemilihan waktu dan tempat pelatihan akan diperhatikan agar kegiatan dapat berlangsung efektif.

2. Persiapan Pelatihan

Tahap persiapan ini mencakup beberapa hal penting, antara lain:

- Penyusunan materi yang akan digunakan dalam sesi ceramah dan praktek.
- Mempersiapkan tutorial video/bahan cetak (print out) seperti panduan penggunaan Google Bisnis dan Instagram Bisnis yang akan dibagikan kepada peserta.

- Penugasan narasumber untuk memberikan ceramah dan panduan praktis.
- Pengecekan dan pengaturan peralatan yang akan digunakan, termasuk laptop, gadget peserta, serta jaringan internet yang diperlukan.

3. Pelaksanaan Pelatihan Sesi Pertama (Ceramah Digital Marketing)

Sesi pertama dimulai dengan ceramah yang membahas pentingnya penggunaan digital marketing sebagai strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM. Ceramah ini disampaikan oleh salah satu mahasiswa dan berlangsung selama kurang lebih 10 menit. Tujuan sesi ini adalah memberikan pemahaman dasar kepada peserta mengenai bagaimana digital marketing dapat membantu mereka memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun citra produk mereka. Setelah ceramah, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab selama 15 menit, di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan.

4. Pelaksanaan Pelatihan Sesi Kedua (Praktek dan Tutorial Pembuatan Akun)

Pada sesi kedua, peserta akan mempraktikkan pembuatan akun bisnis di Google Bisnis dan Instagram Bisnis. Tutorial ini akan dipandu oleh anggota tim pengusul, dengan durasi sekitar 30 menit. Langkah-langkah yang akan dilakukan peserta antara lain:

- Membuat akun Google Bisnis: Pengisian data lengkap usaha, termasuk lokasi, deskripsi usaha, jam operasional, dan pengunggahan foto produk.
- Membuat akun Instagram Bisnis: Mengunggah konten visual yang menarik, penulisan deskripsi profil yang sesuai, serta memanfaatkan fitur-fitur yang ada, seperti Instagram Stories, Reels, dan penggunaan hashtag.
- Pengelolaan dan optimalisasi fitur akun: Peserta akan diajarkan bagaimana mengelola akun dengan baik, memantau interaksi dengan pengguna, dan memanfaatkan fitur Insight untuk menganalisis performa akun bisnis mereka.

5. Penulisan Laporan Kegiatan

Setelah kegiatan pelatihan selesai, tim pengusul akan menyusun laporan lengkap mengenai pelaksanaan pengabdian ini. Laporan mencakup seluruh rangkaian kegiatan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga hasil evaluasi. Laporan ini juga akan memuat feedback dari peserta mengenai pelatihan yang telah diikuti dan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut bagi UMKM dalam penerapan digital marketing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang Dicapai

Hasil yang dicapai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul Pemasaran Digital untuk Produk Kerajinan Anyaman, Rajut, dan Manik-Manik di Cikarang Baru dituangkan dalam bentuk laporan kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan Pengrajin Lokal

Koordinasi dengan para pengrajin di Cikarang Baru dilakukan pada hari Sabtu, 23 November 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk menentukan waktu, tempat, serta format pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Setelah diskusi, disepakati bahwa pelatihan akan dilaksanakan pada hari Senin, 25 November 2024, pukul 10.30 – 11.30 WIB. Pemilihan waktu tersebut menyesuaikan dengan jadwal kerja para pengrajin agar pelatihan dapat diikuti secara optimal. Berdasarkan hasil koordinasi, jumlah peserta yang hadir ditetapkan minimal 5 orang, terdiri dari pengrajin aktif serta beberapa anggota keluarga yang membantu dalam proses pemasaran dan produksi.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan pemasaran digital dilaksanakan sesuai jadwal dengan dihadiri oleh 5 peserta. Materi yang disampaikan meliputi:

- Dasar-dasar pemasaran digital dan peranannya dalam meningkatkan penjualan.
- Pengenalan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk promosi produk.

Setiap sesi dilengkapi dengan praktik langsung, di mana peserta diajarkan cara membuat akun bisnis, mengunggah produk, serta menulis deskripsi produk yang menarik.

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan sejumlah temuan penting:

1. Peningkatan Keterampilan Digital

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya menggunakan media sosial untuk keperluan pribadi dan belum memiliki akun di platform e-commerce. Setelah pelatihan, semua peserta berhasil membuat akun bisnis di media sosial dan mengunggah produk mereka secara mandiri.

2. Kendala dan Solusi

- **Kendala:** Beberapa peserta menghadapi kesulitan dalam mengelola akun media sosial secara konsisten, terutama dalam hal pembuatan konten.

- **Solusi:** Peserta didorong untuk menggunakan aplikasi kalender konten guna merencanakan postingan, serta memanfaatkan alat desain grafis sederhana seperti Canva untuk membuat konten yang menarik.

3. Dampak

Peserta mulai lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan melalui platform digital.

Dengan adanya pelatihan ini, para pengrajin di Cikarang Baru kini memiliki fondasi yang lebih kuat untuk mengembangkan bisnis mereka secara digital, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar ke tingkat regional maupun nasional.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat bertema *Pemasaran Digital untuk Produk Kerajinan Anyaman, Rajut, dan Manik-Manik di Cikarang Baru* berhasil memberikan kontribusi positif bagi pengembangan usaha pengrajin lokal. Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta mendapatkan keterampilan baru yang mendukung peningkatan daya saing produk mereka di pasar digital.

Beberapa poin kesimpulan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital

Peserta mampu memahami dan mengaplikasikan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Mereka kini dapat mengelola akun bisnis, mengunggah produk, serta menyusun konten promosi secara mandiri.

2. Perluasan Jangkauan Pasar

Dengan memanfaatkan teknologi digital, pengrajin berhasil memperluas pasar hingga ke luar daerah Cikarang Baru. Kehadiran platform digital membantu mereka mencapai audiens yang lebih luas, yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode pemasaran tradisional.

3. Peningkatan Penjualan dan Kepercayaan Diri

Setelah menerapkan strategi pemasaran digital, peserta melaporkan peningkatan penjualan rata-rata sebesar 25% dalam waktu satu bulan. Selain itu, mereka merasa lebih percaya diri dalam mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan secara online.

4. Keberlanjutan Bisnis

Pelatihan ini membekali pengrajin dengan kemampuan yang mendukung keberlanjutan bisnis mereka. Dengan pengetahuan yang diperoleh, peserta dapat terus beradaptasi dengan tren pasar dan memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usahanya.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, disarankan agar pengrajin di Cikarang Baru terus mengembangkan penggunaan strategi pemasaran digital secara mandiri. Pengrajin dapat memanfaatkan lebih banyak platform digital dan mengoptimalkan konten pemasaran untuk menarik perhatian pasar yang lebih luas. Selain itu, pengrajin disarankan untuk rutin memperbarui informasi produk dan berinovasi dalam pemasaran agar tetap relevan dengan tren pasar. Dengan penerapan strategi yang konsisten dan kreatif, diharapkan penjualan produk kerajinan dapat meningkat dan usaha UMKM di Cikarang Baru semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascharisa, N. (2018). Transformasi Pemasaran Tradisional ke Digital Marketing. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(1), 45-52.
- Purwana, D., et al. (2017). Strategi Digital Marketing dalam Era Teknologi Informasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(2), 102-113.
- Rachmawati, S. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Instagram untuk Promosi Produk UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 10(3), 28-35.
- Ridwan, T., et al. (2019). Optimalisasi Google Bisnis untuk UMKM: Studi Kasus di Cikarang. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 14(2), 87-95.
- Wardhana, A. (2018). Penerapan Strategi Pemasaran Digital pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 16(3), 56-68.