

Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis *E-Commerce* Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah

Nabila Noor Qisthani¹, Arry Darmawan², Emmareta Fauziah³, Syarif Hidayatulloh⁴

^{1,3,4}Institut Teknologi Telkom Purwokerto

²Politeknik Muhammadiyah Tegal

Email Korespondensi: nabila@ittelkom-pwt.ac.id

Received 23 Juni 2021, Revised 26 Juli 2021, Accepted 11 Agustus 2021

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi berbagai bidang usaha, salah satunya Industri Kecil Menengah (IKM). Beberapa masalah yang dihadapi oleh IKM saat ini adalah menurunnya permintaan produk yang diakibatkan daya beli konsumen yang juga ikut menurun. Salah satu IKM yang menjadi objek dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah IKM Kerajinan Kemuning yang berada di desa Muarareja, Tegal Barat, di Kecamatan Tegal, Provinsi Jawa Tengah. IKM ini memproduksi produk kerajinan dengan bahan baku utama dari limbah kerang laut dengan memanfaatkan potensi lokal yang sangat melimpah. Limbah kerang laut banyak ditemui dari daerah sekitar pantai Muarareja. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra penelitian adalah kurang optimalnya penjualan yang mereka lakukan karena mereka masih menggunakan strategi pemasaran tradisional seperti menjual produk mereka di warung-warung sekitar Pantai Muarareja. Hal inilah yang mendorong untuk dilakukannya Pengabdian Masyarakat di IKM mitra agar dapat meningkatkan penjualan mereka dengan melakukan pelatihan pemasaran produk dengan e-commerce.

Kata kunci : Covid-19, IKM, e-commerce, limbah kerang laut

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has affected various business fields, one of the business is the Small and Medium Industry (SME). Some of the problems faced by SMEs today are the declining demand for products due to the declining purchasing power of consumers. One of the SMEs objects in this community service is the Kemuning Craft SMEs located in the village of Muarareja, West Tegal, in the District of Tegal, Central Java Province. This SMEs produces handicraft products with the main raw material from seashell waste by utilizing the abundant local potential. Seashell waste is commonly found from the area around the Muarareja beach. The problem faced by research partners is that their sales are not optimal because they still use traditional marketing strategies such as selling their products in stalls around Muarareja Beach. This is what encourages community service at partner SMEs so that they can increase their sales by conducting product marketing training with e-commerce.

Keywords : Covid-19, SMEs, e-commerce, seashell waste.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM Industri Kecil Menengah) merupakan salah satu sektor perekonomian yang berperan besar terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) negara. Pada Tahun 2018, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM RI menyatakan bahwa 61,07 % pendapat PDB didapatkan dari UMKM dan sisanya sebesar 38,93% didapatkan dari Usaha Besar. Selain itu, berkembangnya UMKM baik di kota ataupun daerah membuat ketersediaan lapangan kerja semakin banyak. Salah satu jenis UMKM adalah Industri Kecil Menengah (IKM). Menurut Peraturan Kementrian Perindustrian No. 64 tahun 2016, industri kecil hanya memiliki karyawan maksimal 19 orang dan investasi kurang dari 1 Milyar Rupiah,

sedangkan industri menengah mempunyai karyawan minimal 20 orang dengan investasi maksimal 15 Milyar Rupiah. Industri kreatif merupakan IKM yang memanfaatkan keterampilan dan kreativitas untuk membangun dan mengembangkan suatu usaha (Avianto, 2017).

Beberapa masalah yang dihadapi oleh IKM saat ini adalah menurunnya permintaan produk yang diakibatkan munculnya pandemi Covid-19. Penurunan permintaan ini merupakan efek dari peraturan pemerintah yang membatasi sosialisasi masyarakat di tempat umum atau dikenal dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal ini juga berpengaruh terhadap industri kreatif karena adanya pembatasan dalam proses bisnis di industri tersebut (Santosa, 2017). Salah satu IKM yang menjadi objek dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah IKM Kerajinan Kemuning yang berada di desa Muarareja, Tegal Barat, di Kecamatan Tegal, Provinsi Jawa Tengah. IKM ini memproduksi produk kerajinan dengan bahan baku utama dari limbah kerang laut dengan memanfaatkan potensi lokal yang sangat melimpah. Limbah kerang laut banyak ditemui dari daerah sekitar pantai Muarareja.

Kondisi masyarakat wilayah pesisir relatif tertinggal baik dari segi ekonomi dan fasilitas teknologinya. Jenis usaha IKM dipilih oleh kelompok kerajinan Kemuning karena sektor ini mudah dikelola dan tidak membutuhkan biaya besar dalam pendiriannya. Potensi IKM di bidang industri kreatif mempunyai peluang yang cukup besar untuk dikembangkan di Indonesia. Untuk meningkatkan persaingan bisnis di masa Pandemi Covid-19 IKM harus mengembangkan inovasi baik dari segi produksinya maupun pelayanan jasanya lebih baik. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai produk perusahaan sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih besar lagi dan menstabilkan bisnisnya (Edy Supriyadi et al, 2018).

Proses pembuatan produk kerajinan kerang masih bersifat sederhana dengan kreativitas pengrajin dan kualitas produk sudah cukup bagus. Proses produksi kerajinan kerang ini dilakukan di rumah pengusaha itu sendiri, dan selama ini didistribusikan atau dijual berdasarkan pesanan dari orang-orang sekitar pantai yang mempunyai toko-toko atau warung. Untuk meningkatkan penjualan produk ini dan mengembangkan pemasaran produk dibutuhkan teknik promosi yang bagus diimbangi dengan teknologi yang sesuai. Kendala yang selama ini dialami oleh IKM Kerajinan Kemuning adalah pengetahuan mengenai promosi terbaik menggunakan teknologi masa kini untuk mengoptimalkan penjualan. Selain itu, pengusaha belum memperhatikan desain kemasan produk dan branding produk tersebut. Berdasarkan fakta-fakta tersebut maka diusulkanlah kegiatan Program Kemitraan bagi Masyarakat (PKM) yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan Kelompok Kerajinan Kemuning melalui penguasaan strategi pemasaran melalui media sosial. Ukuran yang berkaitan dengan bisnis e-commerce adalah model pengemasan, media pemasaran dan produk yang dipasarkan. E-commerce merupakan suatu sistem proses bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi atau yang lebih kita kenal dengan teknologi internet (Gambrien et al, 2012). Berdasarkan survei pada penelitian sebelumnya penggunaan e-commerce sebagai sarana untuk kepentingan pemasaran pada UMKM masih cenderung sedikit (Syahrul, 2012). Diharapkan dengan adanya pelatihan ini para pelaku usaha UMKM dapat lebih mengembangkan bisnis dan usaha mereka dengan lebih baik lagi.

METODE

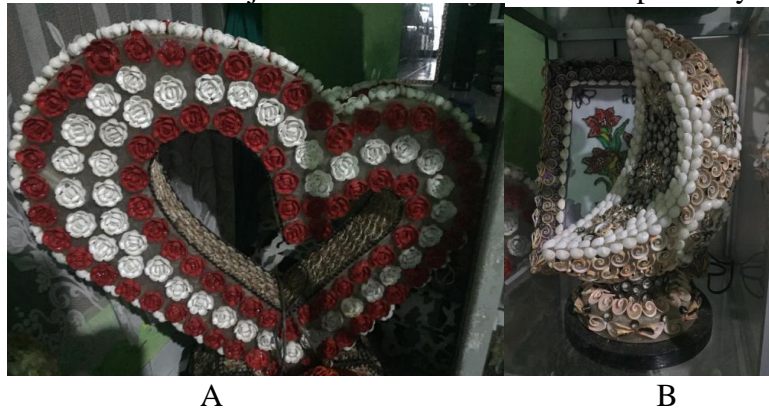
Pengambilan data dilakukan oleh penulis dengan metode observasi langsung ke tempat Pengabdian Masyarakat dan melakukan wawancara secara langsung dengan warga sekitar dan juga pembina Kelompok Kerajinan Kemuning di Desa Muarareja di Kecamatan Tegal Barat, Kota Tegal Provinsi Jawa Tengah. Ada beberapa program kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan yaitu:

1. Membuat pelatihan tentang strategi pemasaran produk melalui media online. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi. Koordinasi akan dilakukan sebelum kegiatan dimulai, sehingga ada kesepakatan mengenai proses pelaksanaan program. Kemudian tim pengabdian akan melakukan penyuluhan mengenai strategi pemasaran yang sesuai dengan produk dan kondisi mitra dengan media proyektor dan slide presentasi. Salah satu anggota tim mengkoordinir berlangsungnya acara di lokasi mitra sedangkan anggota yang lain menyampaikan materi secara online. Pelaksanaan kegiatan ini membutuhkan durasi waktu sekitar 1 hari.
2. Membuat desain kemasan dan desain label pada produk. Pelaksanaan dilakukan dengan metode diskusi dengan mitra mengenai image yang ingin ditampilkan dalam branding produk pada IKM Kerajinan Kemuning. Pada tahap ini akan dilakukan penyuluhan mengenai apa saja yang perlu diperhatikan dalam membuat kemasan dan label disesuaikan dengan keinginan mitra. Tim PKM akan berperan dalam pembuatan desain kemasan dan label produk. Pelaksanaan kegiatan ini membutuhkan durasi waktu sekitar 1 hari.
3. Membuat iklan produk di beberapa media online. Pelaksanaan dilakukan dengan metode praktik dengan melakukan penyuluhan bagaimana membuat iklan di media online dan bagaimana strategi pemasaran yang menarik untuk menarik calon pembeli. Pelaksanaan kegiatan ini membutuhkan durasi waktu sekitar 3 hari.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Produk Kelompok Kerajinan Kemuning

Produk yang dihasilkan adalah produk berbahan dasar limbah kerang yang banyak ditemukan disekitar Pantai Muarareja. Berikut adalah contoh dari produk yang dihasilkan.



Gambar 1 A. Produk Hasil Berbentuk Hati, B. Produk Hasil Berbentuk Bulan

Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis *E-commerce*

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada Minggu, 11 Oktober 2020. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan semi daring. Pemberian materi oleh kami para dosen melalui zoom meeting dan dikoordinasikan oleh salah satu dosen di lokasi pelatihan



Gambar 2. Penyuluhan Daring Via Zoom



Gambar 3. Pelatihan Desain Kemasan



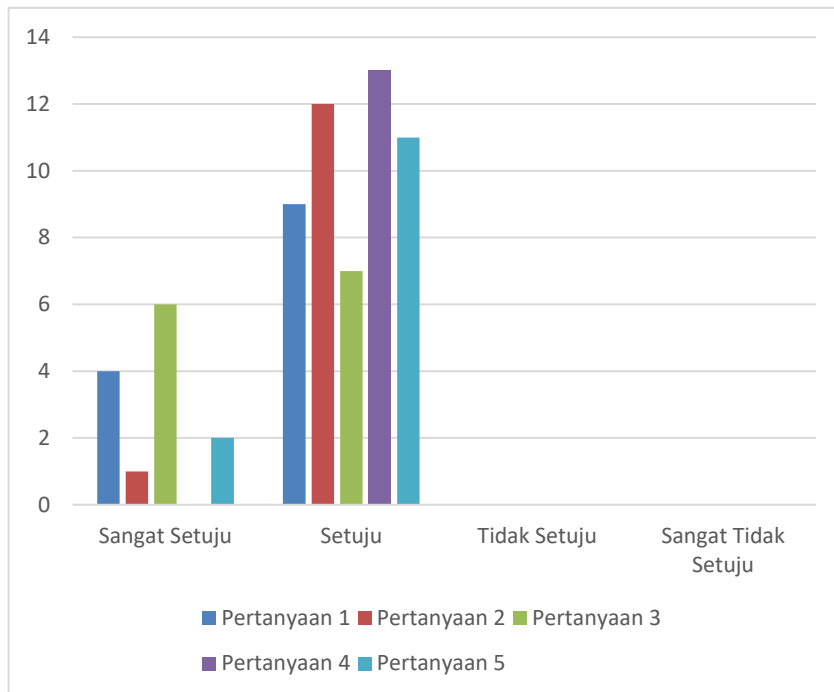
Gambar 4. Pelatihan Pemasaran *E-commerce*

Materi yang dibahas pada kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah tentang penjelasan e-commerce mulai dari sejarah dan juga pengguna internet yang menyebabkan pentingnya berjualan melalui e-commerce dan dilanjutkan dengan bagaimana membuat konten menarik di sosial media khususnya untuk berjualan secara online. Pada saat menjelaskan pemanfaatan sosial media khususnya Facebook dan Instagram, para peserta antusias untuk mendengarkan dan mengikuti terlebih saat menjelaskan bagaimana membuat konten bisnis pada Facebook dan Instagram banyak peserta yang mengajukan pertanyaan. Hal ini dikarenakan mereka cukup akrab dengan dua media sosial tersebut. Setelah itu dilanjutkan dengan penjelasan pentingnya suatu bisnis/usaha memiliki logo yang menjadi jati diri dari suatu bisnis tersebut. Materi ini disampaikan oleh salah satu dosen ITTP yang merupakan dosen pada Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV). Peserta pelatihan didominasi oleh remaja dan dewasa dari rentang usia 18 tahun sampai 24 tahun yang begitu familiar dengan teknologi dan sosial media. Peserta adalah warga asli desa Muarareja dan beberapa relawan asli Tegal.

Setelah kegiatan Pengabdian Masyarakat selesai dilakukan, dosen pendamping yang hadir di lokasi Pengabdian Masyarakat, menyebarkan kuisisioner kepada peserta yang berisi:

1. Saya merasa puas dengan pengabdian yang dilaksanakan oleh Nabila Noor Qisthani, S.T., M.T. bersama LPPM ITTP.
2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan oleh Nabila Noor Qisthani, S.T., M.T. bersama LPPM ITTP sesuai dengan harapan saya.

3. Personil/anggota yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan saya.
4. Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang saya ajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota yang terlibat.
5. Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat.



Gambar 5. Diagram Batang

SIMPULAN

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peserta puas akan acara Pengabdian Masyarakat yang telah diadakan di Desa Muarareja, Tegal, Jawa Tengah dengan pendapat “setuju” dan “sangat setuju” dari kuisisioner yang dibagikan. Berdasarkan hasil survei dan evaluasi serta gambaran kepuasan peserta pada Gambar 5. dapat dinyatakan bahwa pencapaian kegiatan ini mampu mencapai 95%. Selain itu, peserta siap untuk mengikuti Pengabdian Masyarakat jika ada Pengabdian Masyarakat yang diadakan oleh LPPM ITTP. Hasil dari Pengabdian Masyarakat ini selain target luaran Jurnal Abdimas terakreditasi nasional adalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan dalam proses pembuatan HKI yang berbentuk video. Link video sendiri sudah diunggah di Igracias. Selain itu, untuk membantu IKM Kerajinan Kemuning di Desa Muarareja, Tegal kami membuatkan website www.kajongan.com yang berisi profil desa dan juga dapat langsung memberi produk melalui website ini. Simpulan berisi hasil pengabdian yang telah dicapai

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto yang telah mendanai terlaksananya penelitian ini dan juga Kelompok Kerajinan Kemuning dan warga sekitar desa Muarareja, Kabupaten Tegal Jawa Tengah yang turut berpartisipasi dan membantu dalam acara pengabdian kepada masyarakat ini sehingga acara dapat berlangsung dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Avianto, Bhakti Nur. 2017. "Analisis Pengembangan Home Industri Unggulan Kaos Etnik Khas Cirebon Di Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon." *Jurnal Ilmiah Indonesia* 2(9): 48–57. <http://www.elsevier.com/locate/scp>.
- Edy Supriyadi, Endang Etty Merawaty, Derriawan, Fachrudin Salim. 2018. "Pengembangan Komoditas Unggulan Di Wilayah Pengembangan Tumpang, Kabupaten Malang." *Jurnal Kawistara* 7(2): 115–206.
- Gambrien, Bestary, Ade Rahmat Iskandar, and risnandar. 2012. "E-commerce Untuk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)." *Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom* 1(4): 144–51.
- Santosa, Agus. 2017. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Kecil Menengah Kota Serang Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Indonesia* 5(9): 1257–72. <http://www.elsevier.com/locate/scp>.
- Syahrul. 2012. "E-Commerce Sebagai Solusi Pemasaran Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) | Jurnalinspiration." *STMIK AKBA, Makassar*: 1–13. <https://jurnalinspiration.wordpress.com/2012/02/03/e-commerce-sebagai-solusi-pemasaran-bagi-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm/>.