

Pendampingan Pelatihan Pemasaran Kerajinan Anyaman Bambu Melalui Media Sosial Di Desa Tegalrejo Pulung Ponorogo

Sabrina Larasati¹, Mariana²

¹ Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; Sabrinalaras31@gmail.com

² Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; mar14na1212@gmail.com

Abstract

Pada saat ini teknologi informasi sangat berkembang pesat dalam segala bidang salah satunya yaitu bisnis dan usaha. Teknologi informasi memiliki banyak manfaat seperti dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran produk dapat memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial. Dengan memanfaatkan media sosial (Instagram) maka produk yang dipasarkan akan dikenal masyarakat lebih luas. Pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam memperhatikan berjalannya usaha. Kerajinan anyaman bambu di Desa Tegalrejo, Pulung, Ponorogo merupakan Industri skala kecil menengah. Pemasaran produk anyaman bambu ini masih terbatas di wilayah Ponorogo sekitarnya dan dipasarkan melalui dikirim ke pengepul. Sehingga penjualan pada usaha ini masih sedikit dan juga belum banyak diketahui oleh masyarakat lain. Adapun tujuan dari kuliah pengabdian masyarakat ini yaitu mengembangkan pemasaran melalui media sosial kepada pengrajin anyaman bambu agar kegiatan sehari-hari lebih produktif. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu metode pendekatan *Asset Community Development* (ABCD) yaitu dengan mengenalkan media sosial Instagram untuk media pemasaran produk.

Keywords

Metode ABCD, Informasi, Teknologi,

Corresponding Author

Sabrina Larasati

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; Sabrinalaras31@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan juga digital saat ini semakin berkembang pesat dengan memberikan pengaruh yang kuat terhadap kegiatan pemasaran. Sistem pemasaran yang awalnya menggunakan media tradisional (*office*) seakan berubah mengikuti perkembangan zaman dengan memakai media modern (*online*). Media pemasaran menggunakan sistem online pada saat ini sangat mudah sekali apalagi dengan memanfaatkan internet. Pemanfaatan internet sangat penting pada dunia bisnis yaitu berfungsi sebagai media promosi produk maupun barang. Dengan menggunakan internet produk atau barang yang dipasarkan lebih cepat terjual dan banyak konsumen yang mengetahui produk atau barang tersebut.

Pesatnya perkembangan teknologi dan juga aplikasi saat ini mempengaruhi perilaku sosial seseorang seperti memesan produk makanan melalui aplikasi dan bahkan berbelanja juga melalui aplikasi platform e-commerce (Sugandi & Mazel, 2022). E-commerce juga dapat menciptakan peluang bisnis baru yang selama ini belum banyak dilakukan, seperti penjualan produk secara online (Garaika, Ipinuwati, & Trisnawati, 2020).

Pemasaran sebuah produk melalui media internet (social) dikemas agar menarik serta tepat sasaran, hal tersebut dikarenakan banyak dari para pengrajin belum memahami bagaimana penggunaan teknologi internet sebagai sarana media promosi agar terciptanya pemasok melalui pengembangan kerajinan daerah (Esmasari, Y., Widiyanto & Buchori, 2021).



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pemasaran merupakan suatu proses pemasyarakatan dimana individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menghasilkan, menawarkan, dan secara leluasa mempertukarkan produk serta jasa yang bernilai dengan oranglain (Firmansyah, 2019).

Pemasaran melalui media sosial ini di sebut sebagai pemasaran digital yang diartikan sebagai strategi pemasaran. Dalam melakukan pemasaran sebaiknya mempunyai strategi supaya produk ataupun barang yang diperjual belikan cepat terjual. Strategi pemasaran ini merupakan pedoman dasar serta rencana tujuan pengalokasian sumber daya, dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing serta area lain. Perihal yang terutama dalam strategi pemasaran adalah penentuan pasar target guna produk tertentu, mengembangkan program pemasaran guna penuhi kebutuhan serta kemauan konsumen pada pasar target tersebut (Noor, 2021).

Bambu merupakan sumberdaya alam yang dapat diperbaharui dan memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat pedesaan. Bambu dikenal oleh masyarakat memiliki sifat-sifat yang baik untuk dimanfaatkan, diantaranya batangnya kuat, ulet, lurus, rata, keras, mudah dibelah, mudah dibentuk dan mudah dikerjakan serta ringan sehingga mudah diangkut. Bambu juga memiliki keunggulan dari segi ekonomi, ekologi, dan sosial budaya. Keunggulan diantaranya bambu cepat tumbuh hingga menjadi sumber penghasilan, dapat mengurangi polusi udara dan air, pengendali erosi, dan tanah longsor. Oleh karena itu, tanaman bambu sangat sesuai untuk merehabilitasi lahan kritis, konservasi tanah miring dan rawan longsor serta dipergunakan untuk estetika lingkungan (McClure, 1972).

Bambu sebagai mata pencaharian pokok ini lebih pada hasil kerajinan bambu dalam bentuk anyaman. Anyaman adalah teknik membuat karya seni rupa yang dilakukan dengan cara menumpang tindihkan (menyilangkan) bahan anyaman. Menurut Hoenigman, anyaman merupakan wujud kebudayaan yang memiliki nilai jual dan termasuk dalam golongan artefak. Artefak adalah wujud kebudayaan fisik yang berupa hasil dari aktivitas, perbuatan, dan karya semua dalam masyarakat berupa benda-benda atau hal-hal yang dapat diraba, dilihat, dan didokumentasikan. Anyaman pertama kali digunakan manusia, yaitu untuk membantu dalam kehidupan sehari-hari (Badan Pusat Statistik, 1983).

Daerah Desa Trgalrejo ini mempunyai potensi Alam yang melimpah terutama Pohon Bambu. Bambu merupakan tanaman hasil hutan bukan kayu (HHBK) yang potensial dalam kehidupan masyarakat desa, penggunaannya perlu dikembangkan, dan sangat berpotensi guna berbagai keperluan dan sumber tambahan bagi masyarakat sekitarnya yang dimanfaatkan untuk kerajinan. Kerajinan merupakan gabungan dari seni tradisional yang dapat dilihat dalam proses pembuatannya juga pada seni modern yang dapat dilihat pada hasil inovasinya dan juga kreasinya (Zaini, Halimah & Besti, 2018).

Kerajinan berbahan dasar bambu memiliki sejarah yang cukup dalam produk yang dihasilkan oleh masyarakat lokal di Indonesia. Selain dikarenakan bahan yang cukup dasar bambu. Hal ini selaras dengan letak Indonesia di wilayah tropis yang mendukung persebaran tanaman bambu, tidak terkecuali di Desa Tegalrejo ini (Basundara, 2017).

Berdasarkan survey lapangan dan hasil wawancara yang dilakukan kepada sebagian pengrajin anyaman bambu di desa tegalrejo ternyata masih banyak ditemukan berbagai kendala, khususnya untuk proses pemasaran produk. Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi pemasaran dengan menggunakan media sosial menjadikan para pengrajin hanya memproduksi kerajinan sesuai dengan pesanan pembeli. Selain itu, pilihan produk anyaman yang ditawarkan pun sangat minim

karena setiap produk yang sudah jadi langsung terjual, belum memiliki katalog ataupun daftar harga dan juga spesifikasinya. Bahkan semua hasil kerajinan anyaman langsung disetor kepada pengelola industri anyaman besar atau pengepul untuk dipasarkan. Pengrajin anyaman bambu di Desa Tegalrejo didominasi oleh warga yang berusia 40 tahun keatas, yang berpendapat sulit untuk mengakses media digital atau media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan kerajinannya.

Melihat kondisi tersebut, perlu adanya upaya untuk mengembangkan usaha untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan mengadakan pendampingan pelatihan pemasaran melalui media sosial. Pendampingan pelatihan ini bersifat langsung dengan memberikan pembekalan mengenai tahapan membuat *marketplace* yaitu memasukkan konten gambar atau foto-foto kerajinan anyaman, mencantumkan harga. Melalui pendampingan pelatihan pemasaran melalui media sosial diharapkan dapat memacu semangat masyarakat Desa Tegalrejo khususnya dukuh sawur untuk memasarkan produk lokalnya serta dapat meningkatkan penghasilan keluarga.

Konsep pengabdian masyarakat dengan mengenalkan media sosial (*Instagram*) sebagai solusi peningkatan penjualan atau pemasaran kerajinan anyaman bambu. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan promosi melalui media sosial secara mandiri dan produk yang dipasarkan dibeberapa *marketplace* mempunyai nilai *informative*, *persuasive* (meyakinkan), serta *intention* (mempunyai energi tarik) yang besar untuk konsumen. untuk pemasaran dengan *online* melalui internet telah meningkatkan jumlah pendapatan dari penjualan produk secara *online*. penelitian ini dilakukan pada usaha kerajinan anyaman yang berbahan dari bambu milik ibu juwati dukuh sawur desa tegalrejo.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Pengenalan ini menggunakan pendekatan (ABCD) *Asset Based Community Development*, yang mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi yang ada disekitar dan dimiliki masyarakat. Pada pengabdian ini aset yang digunakan adalah usaha kerajinan anyaman bambu milik Ibu Juwati, Pulung Ponorogo ini mempunyai potensi yang dapat jauh berkembang lebih pesat seperti dalam pemasarannya. Sehingga dapat menjadi salah satu indikator kemajuan dalam masyarakat. Namun sebagai usaha yang masih baru juga memiliki kelemahan yang peneliti gali dari observasi awal, diantaranya yaitu pemasarannya yang masih belum maksimal dan minimnya pemanfaatan teknologi informasi pada usaha kerajinan anyaman bambu. Berdasarkan observasi awal tersebut peneliti akhirnya memutuskan untuk mengadakan pengenalan media pemasaran online untuk meningkatkan pemasaran produk serta mengurangi beberapa aspek kelemahan pada usaha kerajinan anyaman Ibu Juwati.

Dalam tahap ini merupakan proses dimana seluruh komunitas yang terlibat membuat keputusan dalam mengembangkan media pemasaran online pada usaha kerajinan anyaman ikut berkolaborasi guna mendukung terwujudnya perubahan yang diharapkan. Proses perancangan ini merupakan proses cara mengetahui apa saja yang dapat dikembangkan dalam usaha kerajinan anyaman. Pada tahap merancang ini dirumuskan pengembangan kegiatan seperti mengadakan pengenalan media pemasaran online sebagai tujuan peningkatan penjualan. Tujuan dari proses ini yaitu mengenai perubahan yang diinginkan, pengembangan usaha yang dilakukan yaitu mengenai pemasaran, bimbingan pengenalan media pemasaran online melalui media pemasaran online seperti *Instagram*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Potensi

Potensi ialah suatu energy atau kekuatan yang dimiliki oleh sesuatu desa yang memiliki kemungkinan agar bias dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Parnomo, 2018). Masyarakat di Desa Tegalrejo merupakan masyarakat yang berpotensi untuk dapat lebih berkembang. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan masyarakat sekarang yang sudah banyak menggunakan teknologi informasi. Sehingga dengan berkembangnya masyarakat desa Tegalrejo ini

menjadikan masyarakat memiliki potensi untuk membangun desanya. Apalagi mayoritas masyarakat ini memiliki usaha atau UMKM yang perlu dikembangkan lagi terutama dalam bidang pemasarannya.

Di Desa Tegalrejo terdapat salah satu usaha yang masih kecil yaitu usaha kerajinan anyaman bambu yang dimiliki oleh ibu juwati, tepatnya di dukuh sawur, desa tegalrejo, kecamatan pulung ponorogo. Jenis kerajinan anyaman bambu yang di buat ini adalah kerajinan anyaman bambu rinjing. dalam usaha ini pemasarannya masih kurang maksimal. Pemasarannya masih menggunakan media tradisional yang mengakibatkan kurang berkembangnya usaha kerajinan anyaman bambu ini.

Kerajinan anyaman bambu ini dibuat menggunakan tangan dan peralatan tradisional dimana proses pembuatannya dilakukan oleh tangan terampil para pengrajin bambu adapun lama pengerjaannya tergantung pada bentuk dan juga ornamen serta bahan yang dipakai adapun ukuran dan bentuk motif anyaman bambu juga menentukan lamanya proses produk kerajinan dapat di selesaikan. Di butuhkan ketekunan dan ketelitian serta cara tertentu agar produk anyaman bambu terlihat rapi dan indah.

Awal kegiatan pada pengabdian masyarakat di Desa Tegalrejo yaitu dengan melakukan observasi pada usaha kerajinan anyaman untuk mengetahui keadaan riil. Selain mengadakan observasi juga mengadakan wawancara kepada pengrajin anyaman. Dari data yang diperoleh dari wawancara peneliti memperoleh potensi yang dapat dikembangkan yaitu mengenai pemasaran produk dengan melalui media sosial.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu tahap observasi, tahap pelaksanaan pengenalan media pemasaran, dan tahap evaluasi setelah kegiatan yang telah dilaksanakan. Dalam bab ini akan dijelaskan kegiatan inti dari Pengenalan Instagram pada usaha anyaman bambu milik ibu juwati di Desa Tegalrejo, Pulung, Ponorogo. Tahap-tahap tersebut meliputi:

Tahap Observasi

Tahap observasi dilakukan pada hari selasa 25 juli 2023 di dukuh sawur desa tegalrejo. Dari hasil observasi didapatkan informasi mengenai pengenalan media sosial terkait pemasaran, lokasi pelaksanaan pengenalan, strategi pemasaran, serta rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan pada kegiatan pengenalan.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan pengenalan media sosial pada usaha anyaman bambu dimulai pada hari rabu 26 juli 2023 pukul 15.00-16.30 WIB sedangkan ikutserta dalam proses pembuatan dilakukan pada hari kamis 27 juli 2023 pukul 09.00-11.00 WIB di rumah pemilik usaha anyaman bambu Desa Tegalrejo yaitu ibu juwati. Pembukaan acara ini di lakukan kira-kira 15 menit yang berisi pengarahan dari narasumber. setelah itu terdapat acara pengenalan media pemasaran online ke pengrajin anyaman, dokumentasi serta penutupan.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi setelah kegiatan yang dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan kegiatan dilihat dari tercapainya tujuan pengenalan, kemampuan penganyam dalam memahami pengenalan media pemasaran online dan evaluasi pelaksanaan kegiatan untuk mengetahui ketertarikan dan kepuasan pemilik usaha terhadap kegiatan pengenalan melalui wawancara.

Hasil Kegiatan

Kegiatan pelaksanaan program dilakukan di rumah pemilik usaha kerajinn anyaman bambu yaitu ibu juwati. Pada kegiatan ini pengenalan media pemasaran online yang pertama dilakukan yaitu dengan menjelaskan media apa saja yang akan digunakan dalam proses pemasaran. Selanjutnya membuat akun untuk media pemasaran seperti instagram kepada pengrajin anyaman bambu, selanjutnya mendokumentasi produk untuk dijadikan promosi dan diunggah di akun yang sudah dibuatkan.



Gambar 1.1 Pengenalan media sosial (Instagram) dalam pemasaran



Gambar 1.2 ikut serta dalam proses pembuatan anyaman bambu

Evaluasi Pasca Kegiatan

Tujuan pengenalan media pemasaran ini adalah untuk mengembangkan usaha kerajinan anyaman milik ibu juwati. Pengenalan media pemasaran online ini antara lain membuat akun seperti *Instagram*. Dari pengenalan diatas sudah dijelaskan proses pemakaian media pemasaran dari tahap foto produk, pengunggahan foto sampai ke penerima pesanan dan proses pengiriman.

Dengan waktu pelaksanaan yang lumayan singkat, pemilik kerajinan anyaman bambu dapat memahami penjelasan mengenai media sosial yang akan digunakan untuk media pemasaran. Tidak ada kesulitan dalam memahami semua penjelasedia pemasarannya. Pelaksanaan praktek setelah

dilakukannya penjelasan dan juga pembuatan akun pemasaran guna meningkatkan pengetahuan dalam mengatur manajemen pemasaran.

Dalam proses pendampingan pemasaran dilakukan pelatihan dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi yang mudah, murah, dan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Pendampingan pengelolaan media sosial dilakukan agar para pengrajin anyaman bambu paham bagaimana membuat sebuah promosi produk melalui media sosial terlihat menarik dan tepat sasaran, hal tersebut dikarenakan banyak dari pelaku pengrajin anyaman bambu belum memahami bagaimana menggunakan media sosial sebagai sarana media promosi. Hasil dari pendampingan ini berupa contoh promosi produk menggunakan berbagai media sosial dan kalimat promosi yang baik agar tepat sasaran, dalam hal ini pemilik usaha diberikan pemahaman lebih lanjut mengenai media sosial yang sedang *trend* di kalangan masyarakat yang dapat dijadikan sebagai sarana promosi produk.

Dari semua kegiatan yang telah dilaksanakan dievaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan mengenai pengenalan media pemasaran online. Evaluasi dilakukan dengan pemilik usaha kerajinan anyaman bambu melalui wawancara. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik kerajinan anyaman, kegiatan yang dilakukan sudah bagus. Karena dalam pengadaan program kerja ini memberikan dampak positif bagi usaha kerajinan anyaman untuk kedepannya yaitu meningkatkan penghasilan, manajemen pemasaran tertata serta memberikan pengalaman bagi pemilik kerajinan anyaman bambu.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan dampak yang positif bagi usaha kerajinan anyaman yaitu mengembangkan usaha kerajinan anyaman serta meningkatkan penghasilan untuk kedepannya. serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pemasaran melalui media sosial (*Instagram*). Kegiatan kuliah pengabdian masyarakat ini memberikan pengaruh baik bagi pemilik usaha karena mendapatkan pengalaman, pengetahuan, dan wawasan baru dari kegiatan ini. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dapat dikatakan berhasil yaitu dengan melihat pemahaman pemilik usaha kerajinan anyaman terhadap pengenalan media pemasaran melalui media sosial *instagram* merasa puas serta tertarik dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media.
- McClure, F. A. (1972). *Bamboo as a building material*. Departement of Housing and Urban Development.
- Badan Pusat Statistik. (1983). *Perkiraan Angka Kelahiran Dan Kematian. Hasil Sensus 1971 dan 1980*.
- Basundara, B. (2017). *Penerapan Material Kayu Laminasi Pada Konstruksi Pusat Kerajinan Rakyat*. Online.
- Parnomo, N. M. dan A. (2018). *Menggali Potensi Desa Berbasis Ekonomi Kerakyatan*.
- Kerajinan Anyaman Bambu Desa Rancagong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*
- Zaini, TM, Halimah, Lilyana, B. (2018). *Kerajinan Limbah Kain Untuk Seni Motif Lampung dan Peningkatan Ekonomi Untuk Napi Wanita Pada Lapas Wanita*. Kelas IIA Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Sosioteknologi Kreatif*.
- Esmasari, Y., Widiyanto, Buchori. (2021). *Pendampingan Pemasaran Produk Abon Lele Hasil Home Industry Berbasis Media Sosial Facebook Pada UMKM Poklars Erwina Pagelaran Pekon Pagelaran*. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*.
- Sugandi, B., Mazel, R, R., (2022). *Platform E-commerce KKN UML Pulihkan Kondisi Ekonomi Desa Sindang Garut Pasca Pandemi Covid-19*. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Lampung*.
- Garaika, Ipnuwati, S., Trisnawati. (2020). *Pelatihan Pengembangan Pemasaran Kerajinan Batik*. Bulurejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *Jurnal PePemberdayaan Masyarakat*.