

PELATIHAN PEMASARAN DENGAN MEMANFAATKAN DIGITAL MARKETING UNTUK PRODUK OLAHAN PURUN DI KECAMATAN HAUR GADING HSU

Setio Utomo¹⁾, Humaidi²⁾, Fahrurazi³⁾, Isty Juraiha⁴⁾

^{1,2,3)} Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

* Corresponding author : setio.utomo@ulm.ac.id

ABSTRAK: Kelompok Usaha Kerajinan Purun Maju Bersama menjadi mitra sebab adanya permasalahan-permasalahan yang terjadi yaitu Produk-produk purun kebanyakan masih memiliki nilai ekonomi yang relatif rendah dan belum bisa bersaing di skala nasional maupun internasional, Kurangnya dukungan pemerintah, yaitu lemahnya regulasi dan kebijakan yang berkelanjutan dalam pengelolaan komoditas unggulan seperti purun, Belum optimal dan kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan teknologi yang lebih tepat dalam meningkatkan daya jual produk purun, Belum optimal dan kurangnya pemahaman umkm dalam penggunaan digital sebagai promosi yang efektif dan efisiensi dalam memasarkan produk purun, Perubahan perilaku konsumen di era digital, pembatasan aktivitas fisik dan sosial menjadi katalis bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan pemasaran digital marketing kepada kerajinan purun di Kawasan lahan Basah Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hasil pelaksanaan kegiatan ini adalah kerajinan purun semakin dikenal oleh masyarakat luas melalui digital marketing yakni melalui media sosial dan *marketplace*. Dengan adanya digital marketing tentunya memberikan informasi tentang spesifikasi produk yang di jual, jenis, motif dan berbagai hal yang membuat konsumen lebih tertarik sehingga mampu meningkatkan penjualan

Kata kunci : Kerajinan Purun, Digital Marketing, Kawasan Lahan Basah

ABSTRACT: *The Purun Maju Bersama Handicraft Group has become a partner because of the problems that occur, namely most of the purun products still have a relatively low economic value and cannot compete on a national or international scale, Lack of government support, namely weak regulations and sustainable management of excellence such as purun, not yet optimal and lack of understanding in utilizing more appropriate technology in increasing the selling power of purun products, suboptimal and lack of understanding of MSMEs in using digital as an effective and efficient promotion in marketing purun products, digital era behavior, changes in physical and social activities become a catalyst for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The result of the implementation of this activity is the purun craft which is known by the wider community through digital marketing, namely through social media (Instagram, Facebook) and marketplace (shopee, Lazada and so on). With digital marketing, of course, providing information about the specifications of the products being sold, types, motifs and various things that make consumers more interested so as to increase sales*

Keywords: *Purun Craft, Digital Marketing, Wetland Area*

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh para pelaku bisnis pada usaha kecil menengah pada saat ini lebih banyak menggunakan media digital daripada menggunakan pemasaran tradisional. Hal ini dikarenakan pemilik usaha melibatkan teknologi dimana saat ini dikenal sebagai *Digital Marketing Strategy*. Menurut riset yang telah dilakukan oleh (Afrina Yasmin, 2015) sendiri bahwa: “media digital dalam menjalankan strategi

pemasaran menjadi bagian yang penting bagi beberapa perusahaan, khususnya oleh perusahaan kecil menengah. Pada saat ini, bagi pelaku usaha kecil menengah hal ini merupakan cara yang sangat murah dan efisien dalam memasarkan produk maupun jasa dari usaha yang dijalankan”.

Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM yaitu terhadap pemanfaatan teknologi tepat guna dalam upaya meningkatkan produktivitas usahanya. Kendala tersebut diakibatkan oleh banyak faktor, seperti misalnya karena masih rendahnya tingkat pemahaman dan tingkat aksesibilitas terhadap perkembangan teknologi (Supriyanto, 2006). Adanya kendala tersebut membuat potensi produk usaha menjadi tidak optimal. Kendala dalam bidang pemanfaatan pemasaran digital dalam memasarkan produk telah mengakibatkan pelaku UKM banyak mengabaikan potensi pasar sehingga hal tersebut dapat menjadi hambatan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

Di Kabupaten Hulu Sungai Utara, ada beberapa sub sektor kerajinan, salah satunya adalah kerajinan purun. Kerajinan purun merupakan usaha kerajinan yang termasuk dalam usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dimana banyak anggota masyarakat di daerah tersebut yang menjadikannya sebagai usaha rumah tangga untuk menopang ekonomi keluarga dan menjadi mata pencaharian sebagian besar masyarakat di pedesaan. Walaupun nilai jual dari produk ini tidak begitu tinggi namun keberadaannya menjadi penggerak perekonomian desa saat ini, dan menjadi produk yang diunggulkan daerah. Jika sektor ini dikelola dengan baik, Kabupaten Hulu Sungai Utara dapat menjadikan purun sebagai pendongkrak pembangunan ekonomi daerah. Karena, dilihat dari segi tenaga kerja, banyak tenaga kerja yang terserap pada sub sektor ini dan bahan dasar purun cukup mudah diperoleh di daerah Kabupaten HSU dan sekitarnya.

Lingkungan rawa yang mendominasi Kab. HSU ini juga menjadi salah satu faktor yang mendukung potensi sumber daya alam lainnya, yaitu tumbuhan purun. Pemanfaatan purun sebagai bahan kerajinan sudah diwariskan secara turun-temurun di beberapa daerah. Berdasarkan hasil penelitian, purun memiliki kemampuan digunakan sebagai bahan kerajinan karena sifatnya yang awet dengan kandungan lignin sebanyak 26,4% dan kandungan selulosa sebanyak 32,62%. Kerajinan berbahan baku purun seperti tikar, topi, kipas, dan anyaman lainnya mendominasi produk kerajinan di Kab. HSU. Mulai dari desain kerajinan yang khas desa hingga sudah tersentuh “desain kota” yang biasanya diperuntukkan bagi ekspor.



Gambar 1. Penjualan secara langsung

Gambar 1 merupakan kondisi proses penjualan kerajinan purun yang dilakukan oleh UMKM Purun. Berdasarkan hal tersebut maka secara umum terdapat permasalahan yang terjadi pada kerajinan purun yaitu produk-produk yang di jual masih memiliki nilai ekonomi yang relatif rendah dan belum bisa bersaing di skala nasional maupun internasional, Kurangnya dukungan pemerintah, yaitu lemahnya regulasi dan kebijakan yang berkelanjutan dalam pengelolaan komoditas unggulan seperti purun, Belum optimal dan kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan teknologi yang lebih tepat dalam meningkatkan daya jual produk purun dan Belum optimal dan kurangnya pemahaman umkm dalam penggunaan digital sebagai promosi yang efektif dan efisiensi dalam memasarkan produk purun.

Kelompok Usaha Kerajinan Purun Maju Bersama yang bergerak di bidang kerajinan purun pasti memiliki masalah yang serius maupun tidak, sehingga umkm tersebut membutuhkan pendamping untuk mengembangkan berupa produk kerajinan purun dan serta mampu memasarkan secara digital marketing produk kerajinan purun pada kondisi pandemi covid 19 yang tentunya memberikan dampak terhadap penurunannya penjualan. Permasalahan tersebut tentunya menjadi hambatan dalam pengembangan Kelompok Usaha Kerajinan Purun Maju Bersama. Berdasarkan analisis situasi tersebut diatas maka kami bermaksud melakukan pengabdian masyarakat “Pelatihan Pemasaran Digital Marketing Pada Produk Olahan Kerajinan Purun Pada Kawasan Lahan Basah Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara”

PERMASALAHAN

Masalah Kelompok Usaha Kerajinan Purun Maju Bersama di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara yaitu:

1. Produk-produk purun kebanyakan masih memiliki nilai ekonomi yang relatif rendah dan belum bisa bersaing di skala nasional maupun internasional
2. Kurangnya dukungan pemerintah, yaitu lemahnya regulasi dan kebijakan yang berkelanjutan dalam pengelolaan komoditas unggulan seperti purun.
3. Belum optimal dan kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan teknologi yang lebih tepat dalam meningkatkan daya jual produk purun.
4. Belum optimal dan kurangnya pemahaman umkm dalam penggunaan digital sebagai promosi yang efektif dan efisiensi dalam memasarkan produk purun
5. Perubahan perilaku konsumen di era digital, pembatasan aktivitas fisik dan sosial menjadi katalis bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan berisi tentang uraian secara ringkas, praktis, ilmiah, dan bersifat aplikatif. Adapun metode yang akan digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah, tanya jawab, tugas, latihan praktik dan simulasi. Adanya kombinasi penggunaan metode ini diharapkan tujuan dari kegiatan ini dapat tercapai secara optimal. Selanjutnya melakukan wawancara, yaitu tanya jawab dengan UMKM tentang digital marketing. Berikut ini uraian secara lebih rinci tentang metode yang digunakan dalam kegiatan ini:

1. Identifikasi Penggunaan Media

Mengetahui kondisi saat ini dari para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam menjalankan usahanya. Metode yang digunakan Observasi, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD)

2. Pelatihan Digital Marketing

Meningkatkan pemahaman pemasaran digital marketing dalam meningkatkan penjualan dan memberikan kemampuan dalam membuat poster dan video agar bisa memberikan informasi kepada konsumen nantinya. Metode yang digunakan Penyampaian materi/ceramah, tanya jawab, demonstrasi latihan dan simulasi

3. Evaluasi

Mengetahui tanggapan, tindak lanjut dan harapan pelaku UMKM tentang digital marketing dan Mengetahui kesesuaian identifikasi masalah dengan kegiatan pelatihan yang diberikan. Metode yang digunakan wawancara

PELAKSANAAN

Pelatihan digital marketing adalah cara yang akan mempercepat perkembangan pemasaran kerajinan purun dengan memanfaatkan jalur digital dalam memasarkan produk mereka dan meningkatkan produktivitas kelompok kerajinan purun serta meningkatkan penjualan produk. Pemasaran melalui perangkat digital akan sangat membantu kelompok kerajinan purun karena memiliki kecepatan, menjangkau area yang luas, menyapa banyak orang dalam sekali klik dan sangat murah dibanding pemasaran konvensional.

Metode kegiatan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan digital marketing di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara yakni dengan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Metode ceramah digunakan oleh para pemateri untuk menjelaskan materi yang berkaitan dengan pemasaran digital

Pada tahap ini tim pengabdian secara langsung memberikan pelatihan digital marketing berupa arahan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kepada kelompok kerajinan purun di Kecamatan Haur Gading. Salah satu tujuan yang paling utama adalah memberikan informasi mengenai bisnis berbasis online dengan memanfaatkan konsep digital marketing. Berikut adalah sesi materi dari pelatihan digital marketing untuk produk olahan kerajinan purun pada kawasan lahan basah Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara.

2. Metode diskusi/ Tanya jawab digunakan untuk memperdalam materi bahasan baik dalam bentuk Tanya jawab

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan sesi diskusi dengan memberikan waktu kepada masyarakat yang ingin bertanya dan memberikan keluhan apa saja yang telah dirasakan selama berbisnis. Dalam sesi ini diskusi terlihat beberapa pertanyaan dari masyarakat kepada tim pengabdian

3. Metode pendampingan dalam membuat media sosial dan *marketpalce*

Pada tahap ini tim pengabdian secara langsung memberikan arahan dan teknik-teknik dalam pemasaran digital. Tim memberikan penjelasan bahwa pemasaran digital pertama melalui website sebagai media penjual, memfungsikan media sosial sebagai media promosi, membidik pasar melalui jaringan sosial, memotret produk-produk kerajinan purun, membuat kalimat promosi yang efektif, hingga memanfaatkan facebook, Instagram dan sebagainya dalam menjual produk kerajinan purun. Dalam sesi ini juga, peserta mendapatkan petunjuk langkah demi langkah untuk dapat membuat akun sosial media seperti Facebook dan Instagram. Setelah pembuatan akun sosial media ini, tim pengabdian juga memberikan pendampingan

bagaimana cara pembuatan kalimat-kalimat untuk promosi yang baik serta pengambilan foto produk yang bagus agar dapat menarik minat calon pembeli.

4. Pendampingan pembuatan Marketplace dalam memasarkan produk

Pada tahap ini tim pengabdian memberikan pendampingan kepada kelompok kerajinan purun dalam membuat media sosial dan marketplace dalam memberikan jangkauan seluas-luasnya untuk memasarkan produk purun tersebut. Tim pengabdian memberikan gambaran umum bagaimana apa saja yang perlu diletakkan pada akun media sosial dan marketplace tersebut. Berikut ini hasil dari pembuatan akun sosial media serta hasil jepretan dari foto produk pengrajin purun di Kecamatan Haur Gading

HASIL DAN LUARAN

Kegiatan PkM tentang Pelatihan Pemasaran Dengan Memanfaatkan Digital Marketing pada Produk Olahan Kerajinan Purun Pada Kawasan Lahan Basah Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara bertujuan melakukan *brainstorming* untuk membuka wawasan kelompok kerajinan purun bahwa digital marketing bertujuan untuk menjangkau target konsumen dengan lebih efisien dan efektif melalui media digital yang ada. Dengan begitu, digital marketing diharapkan dapat merangkul konsumen secara lebih cepat, tepat dan luas.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat tentunya dengan kemampuan menciptakan dan menerapkan digital marketing untuk bisnis sama saja seperti mendukung transformasi digital serta pertumbuhan usaha yang dilaksanakan. Digital marketing juga memiliki tantangan yang harus dihadapi oleh para penggunanya. Salah satu tantangan utamanya adalah ruang lingkup dan skala digital marketing itu sendiri. Maksudnya, dalam menerapkan digital marketing, harus memikirkan rencana dan teknik digital marketing seperti apa yang akan digunakan, menentukan jumlah kegiatan digital marketing yang akan dikelola, menentukan konten yang dinamis, menarik, terprogram, dan lain sebagainya. Kelebihan pemasaran digital atau digital marketing yang membuatnya menjadi sangat penting untuk di terapkan sebab memberikan arah yang pasti untuk keberlanjutan usaha, membantu mengenal target pelanggan melalui online, memberikan informasi yang rinci, mampu menumbuhkan nilai/*value*, mampu mengembangkan usaha semakin dinamis, menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen.

Pelaksanaan kegiatan PkM tentang pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan digital marketing dapat dikatakan berhasil. Pada tahap awal pelaksanaan melakukan peninjauan di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara dan Sekretaris Desa memberikan respon positif kepada tim pengabdian untuk melaksanakan pengabdian di wilayah tersebut. Sekretaris desa memilih kelompok kerajinan mana yang membutuhkan pelatihan digital marketing tersebut sehingga nantinya mampu memberikan perkembangan terhadap usaha kerajinan purun. Sekretaris desa juga bersedia menyediakan tempat serta mengumpulkan anggota kelompok kerajinan purun yang di tunjung untuk menjadi peserta pelatihan digital marketing.

Pelaksanaan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan digital marketing pada produk olahan kerajinan purun pada Kawasan Lahan Basah Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara berjalan sesuai jadwal yang ditentukan. Pelatihan digital marketing agar mampu memanfaatkan perangkat digital dalam melakukan pemasaran. Pelatihan dirancang dengan mata latih yang paling dibutuhkan kelompok kerajinan purun

yakni melakukan pemasaran secara digital dengan cara yang sederhana, mudah dan murah. Pelatihan ini penting karena saat kehadiran teknologi komunikasi digital saat ini telah menciptakan perubahan besar pada strategi pemasaran produk dan jasa pada tataran ekonomi global. Teknologi Informasi (IT) terbukti mampu menjalankan tugas pemasaran dengan cepat, berdaya jangkauan luar biasa, bisa mengusung banyak konten mulai tulisan, gambar maupun video, interaktif dan murah. Fakta ini terbukti oleh maraknya transaksi Online melalui Marketplace, toko online bahkan jual beli melalui Media Sosial.

Dalam sesi pertama, materi yang disampaikan adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan memberikan inspirasi dari keberhasilan bisnis online. Tim pengabdian memberikan pengalamannya dalam mengelola bisnis online. Beberapa hal yang ditekankan adalah perlunya kerja keras dan punya pemikiran kritis dalam perkembangan teknologi sekarang. Inti dalam keberhasilan bisnis yaitu pintar dalam membaca peluang dan membuka ruang untuk menampilkan kreativitas yang dimiliki. Tim pengabdian juga memberikan informasi mengenai pengalaman berbisnis yang tidak selalu berjalan mulus, setiap hal yang dijalani akan mengalami kegagalan. Namun, kembali disampaikan juga cara untuk bangkit dari keterpurukan sampai mencapai kesuksesan bisnis tersebut.



Gambar 2 Materi Digital Marketing

Salah satu faktor keberhasilan dalam berbisnis yaitu penggunaan teknologi. Teknologi memberikan solusi dan peluang sebagai fasilitas di tengah keterbatasan modal dan sarana lainnya. Dikemukakan oleh tim pengabdian bahwa kerajinan purun tidak perlu memiliki toko yang besar sehingga dapat meminimalkan berbagai biaya-biaya operasional. Beberapa biaya operasional yang dapat dihemat adalah biaya pengiriman, biaya promosi dan biaya pemeliharaan toko besar. Pengrajin purun sebaiknya bermitra dengan *platform* sosial media seperti Instagram, facebook, shopee dan Tokopedia. Lebih dari setengah penjualan usaha berasal dari platform sosial media tersebut. Pengrajin purun tidak perlu lagi membuka toko yang besar atau tidak perlu khusus untuk menggaji karyawan mengantarkan produk yang diperjual belikan. Tim pengabdian juga mengemukakan perbandingan omset dari sebelum penggunaan sosial media dan setelah menggunakan sosial media. Banyak sekali keuntungan dan peningkatan omset setelah menggunakan teknologi digital marketing dalam penggunaan sosial media pada suatu usaha.

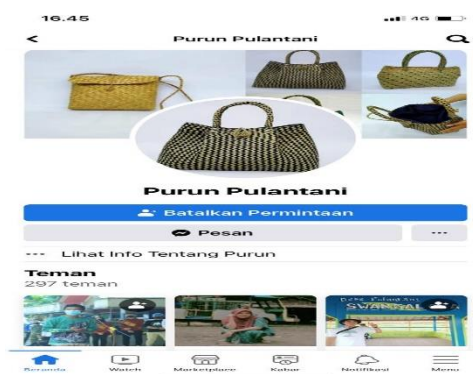
Selanjutnya tim memberikan penjelasan bahwa pemasaran digital pertama melalui website sebagai media penjualan, memfungsikan media sosial sebagai media promosi,

membidik pasar melalui jaringan sosial, memotret produk-produk kerajinan purun, membuat kalimat promosi yang efektif, hingga memanfaatkan facebook, Instagram dan sebagainya dalam menjual produk kerajinan purun. Dalam sesi ini juga, peserta mendapatkan petunjuk langkah demi langkah untuk dapat membuat akun sosial media seperti Facebook dan Instagram. Setelah pembuatan akun sosial media ini, tim pengabdian juga memberikan pendampingan bagaimana cara pembuatan kalimat-kalimat untuk promosi yang baik serta pengambilan foto produk yang bagus agar dapat menarik minat calon pembeli.



Gambar 3 Produk kerajinan purun

Setelah di berikan pelatihan tim pengabdian memberikan pendampingan kepada kelompok kerajinan purun dalam membuat media sosial dan marketplace dalam memberikan jangkauan seluas-luasnya untuk memasarkan produk purun tersebut. Tim pengabdian memberikan gambaran umum bagaimana apa saja yang perlu diletakkan pada akun media sosial dan marketplace tersebut. Berikut ini hasil dari pembuatan akun sosial media serta hasil jepretan dari foto produk pengrajin purun di Kecamatan Haur Gading.



Gambar 5 Pembuatan marketplace

Kerajinan purun tentunya setelah memiliki akun sosial dan marketplace tentu harus di kembangkan lagi. Artinya pengrajin purun terus mengupdate segala informasi baik dari produk, informasi produk dan hal-hal lain yang memberikan sesuatu yang berguna untuk konsumen. Media yang digunakan kerajinan purun tidak hanya memberikan informasi terkait produk tapi juga perlu memberikan informasi cara pembuatan, letak penjualan dan

lainnya yang memiliki nilai tersendiri dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk purun tersebut

KESIMPULAN

Kemampuan kelompok kerajinan purun dalam menggunakan digital marketing tentunya memacu sistem pemasaran dengan menggunakan media sosial dan *marketplace*. Hal ini tentunya teknik atau Langkah promosi yang dilakukan melalui komunikasi secara online dan mampu menjalin hubungan baik secara persona kepada konsumen. Digital marketing tentunya memiliki manfaat dalam hal Kecepatan Penyebaran informasi terkait produk purun, Kemudahan evaluasi, dan Jangkauan lebih luas.

Digital marketing yang dilaksanakan tentunya akan memiliki dampak terhadap proses jalannya penjualan produk. Digital marketing yang dilaksanakan pada kerajinan purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara memiliki tujuan seperti mampu mendatangkan pelanggan secara berkelanjutan, mampu meningkatkan penjualan, menghemat biaya promosi, mampu melayani pelanggan dengan cepat, dan mampu menganalisis pesaing.

Tim pengabdian juga mendampingi kelompok kerajinan purun dalam mendesain media sosial dan *marketplace* yang digunakan untuk memasarkan produk purun tersebut. Dengan adanya hal tersebut maka segala informasi yang dibutuhkan oleh konsumen bisa terjawab dengan baik dan puas serta mampu di terima oleh konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina Yasmin, S. T. (2015). Entrepreneurial Marketing : Efektivitas Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram pada Usaha Kecil Menengah Pala Nusantara. *International Journal Of Management Science and Bussines Administration*.
- Alford, P. a. (2015). Marketing technology for adoption by business,. *Service Industries Journal*, 11-12.
- Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing. *Administrasi Publik*, 1286–1295.
- Bird, F. E. (2007). *Management Guide to Loss Control*. Atlanta: Institue Press.
- Chaffey, D. &. -C. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.)*. . Pearson.
- Dwidjowijoto, W. d. (2007). *Manajemen Pemberdayaan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page Limited.
- Setiawati, I. d. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Pascasarjana (S2) STIE Dharmaputra Semarang*.
- Supriyanto. (2006). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. . *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1-16.
- Renstra Pengabdian Pada Masyarakat 2020-2024. Tim LPPM ULM
- Wardhana, A. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya PadaKeunggulan Bersaing UMKdi Indonesia*. Universitas Pendidikan Indonesia.