

IbM Peningkatan Strategi Pemasaran Bagi UMKM Kerajinan Tangan Kota Semarang Sebagai Upaya Peningkatan Inovasi, Kreativitas, serta Taraf Perekonomian

Edi Sugiarto¹, Karis Widyatmoko², Timorandi Wisnu Pratama³, Berliana Febriani⁴, Amman Fathoni⁵, Priyo Sigit Pamungkas⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

E-mail: ¹edi.sugiarto@dsn.dinus.ac.id, ²karis.widyatmoko@dsn.dinus.ac.id, ³wisnutimo@gmail.com, ⁴berlianaf36@gmail.com, ⁵ammanft@gmail.com, ⁶xiaogit@gmail.com

Abstrak

Kerajinan tangan tradisional adalah kegiatan seni yang menitik beratkan pada keterampilan tangan dan fungsi untuk mengolah bahan baku umumnya tersedia disekitar menjadi sebuah karya dengan fungsi utamanya tersendiri. Indonesia dikenal memiliki ribuan jenis karya tangan yang tersebar dari seluruh pelosok negeri. Di kota semarang sendiri terdapat sekitar 2% pengusaha kerajinan tangan dari total 17.602 program UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang. Saat ini pemerintah telah mencanangkan program UMKM untuk membantu para pengrajin menemukan pangsa pasarnya sehingga diperlukan suatu upaya untuk mempertemukan para pengrajin tersebut dengan pecinta kerajinan tangan tradisional dalam bentuk teknologi yang dapat diakses secara online bagi para penjual dan pembeli seperti marketplace. Guna memberikan pemahaman tentang pentingnya teknologi dalam meningkatkan pemasaran maka pengabdian ini dilakukan dengan menitik beratkan pada pemahaman para pelaku UMKM mengenai konsep marketplace. Dikembangkan pula prototype marketplace yang secara khusus digunakan untuk produk kerajinan tangan yang kemudian diterapkan serta untuk digunakan bagi UMKM kerajinan tangan untuk menampilkan produk-produknya pada dunia maya sehingga dapat diketahui oleh masyarakat.

Kata kunci: kerajinan tangan, teknologi informasi, marketplace.

1. PENDAHULUAN

Kerajinan merupakan hasil kebudayaan yang terlihat pada berbagai aspek kehidupan di negara kita. Kerajinan tangan tradisional adalah kegiatan seni yang menitik beratkan pada keterampilan tangan dan fungsi untuk mengolah bahan baku umumnya tersedia disekitar menjadi sebuah karya dengan fungsi utamanya tersendiri[1]. Indonesia dikenal memiliki ribuan jenis karya tangan yang tersebar dari seluruh pelosok negeri.

Karya tangan tersebut senantiasa kita lestarikan, agar tidak tergerus oleh derasnya arus globalisasi. Globalisasi menyebabkan banyaknya karya tangan dari luar negeri menyaingi karya tangan tradisional yang fungsi utamanya sama. Masyarakat Indonesia sendiri cenderung membeli karya tangan atau produk dari luar negeri dengan alasan harganya yang lebih murah[1].

Alhasil banyak pengrajin karya tangan tradisional yang lebih memilih untuk berhenti melakukan produksi barang, karena pasar mereka telah diambil alih oleh produk-produk import dari luar negeri. Sangat disayangkan kebanyakan masyarakat kita lebih memilih produk-produk import dari luar negeri, meskipun memang lebih murah, namun nilai seni dari produk luar negeri kalah jauh dengan produk karya tangan dari pengrajin-pengrajin lokal. Padahal, apabila

masyarakat lebih memilih produk-produk karya tangan tradisional dari pengrajin lokal, secara tidak langsung mereka memberikan kontribusi untuk menggerakkan juga meningkatkan taraf perekonomian pengusaha kerajinan tangan tradisional. Meskipun dengan harga yang cenderung lebih mahal, namun setidaknya dengan membeli produk lokal tersebut pengrajin dalam negeri dapat terus melanjutkan usaha yang mereka tekuni.

Di Jawa Tengah sendiri, pengentasan kemiskinan tidak bisa dilepaskan dari keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya disektor kerajinan tangan (Handycraft). Ada sekitar 2% pengusaha kerajinan tangan dari total 17.602 program UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang [2]. Saat ini pemerintah telah merencanakan program UMKM untuk membantu para pengrajin menemukan pangsa pasarnya.

Oleh karena itu, untuk mendapatkan kembali pangsa pasar pengrajin lokal, diperlukan suatu upaya untuk mempertemukan para pengrajin tersebut dengan orang-orang yang mempunyai kegemaran yang sama yakni kegemaran dengan karya tangan tradisional dalam bentuk teknologi yang dapat diakses secara online bagi para penjual dan pembeli seperti marketplace. Menurut Kominfo, lebih dari 100 juta masyarakat Indonesia sudah menggunakan ponsel canggih. Maka dari itu sentuhan TIK sangat dibutuhkan dalam pembuatan portal guna menarik lebih banyak orang-orang yang mempunyai kegemaran dengan karya tangan tradisional ini [3].

Marketplace saat ini banyak dimanfaatkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk meningkatkan pemasaran produknya. Aplikasi ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi serta jaminan keamanan sehingga memberikan rasa aman kepada pembeli maupun penjual yang terlibat dalam marketplace tersebut [4]. Selain sebagai sarana yang dapat mempermudah dalam transaksi, penggunaan marketplace ini juga sangat baik digunakan sebagai media promosi untuk lebih mengenalkan produk-produk dari UMKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dalam pengabdian ini diusulkan langkah-langkah strategis guna memberikan pemahaman kepada para pengrajin mengenai pemanfaatan teknologi informasi terutama tentang pemanfaatan marketplace dan teknologi lainnya dalam upaya untuk meningkatkan pengetahuan mengenai pemasaran produk dan peningkatan inovasi dalam menjalankan bisnisnya yang memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin maju.

2. METODE

Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini meliputi metode ceramah, praktek, dan diskusi yaitu dengan memberikan penyuluhan tentang pentingnya teknologi informasi dan teknologi marketplace dalam pemasaran produk. Kemudian dilakukan juga penyuluhan tentang penggunaan dukungan media sosial untuk mendukung inovasi dalam mendukung strategi pemasaran tersebut. Pelaksanaan kegiatan pengabdian akan dilakukan dalam beberapa tahap, meliputi;

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan yang dilakukan dalam melaksanakan kegiatan ini meliputi;

- a) Melakukan survey pada mitra UMKM kerajinan tangan mengenai persoalan yang ada berkaitan dengan teknologi dalam pemasaran produk
- b) Melakukan konsolidasi dan koordinasi dengan mitra untuk persiapan pelatihan.
- c) Diskusi antara tim pengabdian dengan mitra terkait dengan metode pelaksanaan, jumlah peserta, tempat pelaksanaan, serta sarana dan prasarana yang lain.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dimulai dari tahap pengembangan prototype marketplace hingga tahap penerapan sistem dan pelatihan penggunaan marketplace kepada mitra dengan dibagi menjadi tiga tahap:

- a. **Tahap Pertama** yaitu tahap persiapan dan pengembangan sistem, pada tahap ini yang dilakukan adalah memulai melakukan desain sistem yang mampu menghubungkan

antara mitra dan pelanggan dalam konsep emarketplace, sistem marketplace ini dikembangkan berbasis website.

- b. **Tahap Kedua** yaitu tahap setelah marketplace selesai dibuat dan diujicobakan hingga sudah siap untuk diterapkan, berikutnya adalah mempersiapkan materi untuk pelatihan berupa materi tentang konsep marketplace serta buku manual petunjuk penggunaan marketplace kerajinan tangan.
- c. **Tahap Ketiga** yaitu tahap persiapan akhir untuk pelaksanaan pelatihan dan sekaligus implementasi sistem yang telah dibuat.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dari kegiatan pengabdian ini yaitu :

- Melakukan diskusi dengan audien untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dari audien tentang konsep marketplace
- Melakukan ujicoba kepada audien untuk melakukan testing sistem marketplace kerajinan tangan yang telah dibuat sehingga kemudian audien dapat memberikan umpan balik mengenai marketplace yang telah dibuat. Evaluasi dilakukan dengan melihat data-data yang telah audien input pada sistem marketplace.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian IBM Peningkatan Strategi Pemasaran Bagi UMKM Kerajinan Tangan Kota Semarang ini dilaksanakan pada bulan agustus 2021 pada lingkungan kelurahan genuk sari, kecamatan genuk semarang. Kegiatan pelaksanaan ini melibatkan enam mitra kelompok UMKM kerajinan tangan pada lingkungan setempat. Adapun kegiatan yang dilakukan antaralain :

3.1 Perencanaan

Pada tahap ini dilakukan survey untuk mencari mitra potensial yang akan diundang dalam kegiatan pengabdian ini, beberapa survey dilakukan pada UMKM yang bergerak dalam bidang kerajinan tangan.



Gambar 1. Survey pada mitra UMKM

Dalam tahap ini juga dilakukan diskusi antara tim pengabdian dengan pihak mitra pengrajin terkait dengan metode pelaksanaan, jumlah peserta, serta sarana dan prasarana yang lain agar supaya pelaksanaan pengabdian nantinya dapat dilaksanakan dengan baik.



Gambar 2. Koodinasi dengan tim pengabdian

3.2 Pelaksanaan

Selanjutnya masuk ke tahap berikutnya yaitu pelaksanaan, pada tahap pelaksanaan ini yang dilakukan adalah :

1. Melakukan pengembangan sistem marketplace yang nantinya akan diujicobakan oleh mitra pengrajin, pengembangan sistem ini dibuat menggunakan teknologi berbasis website. Pengembangan sistem dilakukan oleh tim peneliti dibantu tim teknis yakni dengan melibatkan empat mahasiswa.



Gambar 3. Pengembangan Marketplace

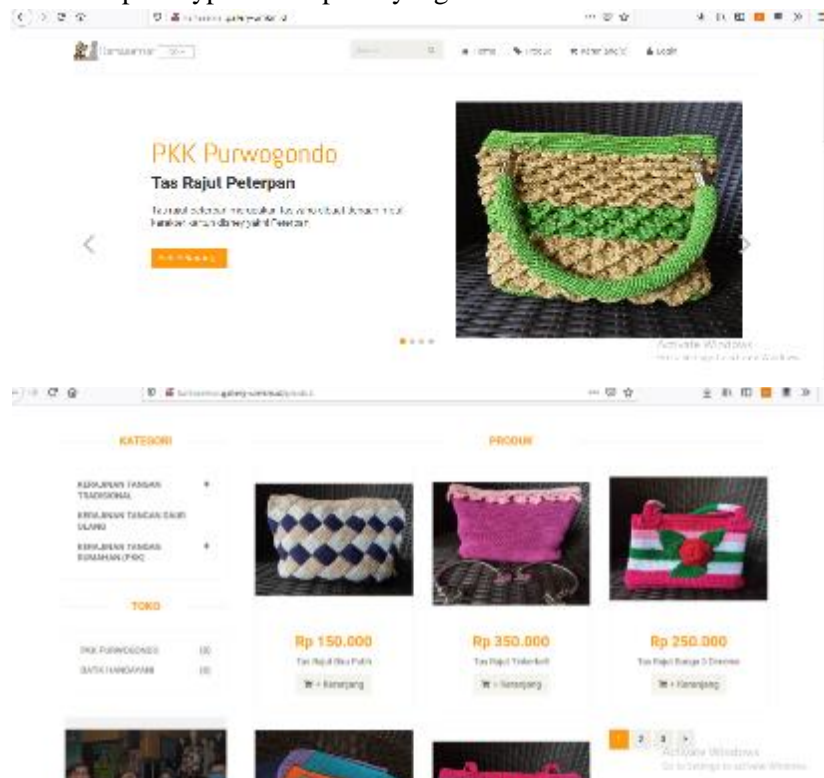
2. Selanjutnya pembuatan modul materi pelatihan dan software prototype model marketplace untuk kerajinan tangan. modul materi pelatihan dibuat menggunakan power point berisi tentang materi e-marketplace, serta melakukan ujicoba sistem marketplace yang telah dibuat.

Berikut ini adalah materi tentang marketplace :



Gambar 4. Materi Pelatihan

Berikut ini adalah prototype marketplace yang telah dibuat.



Gambar 5. Prototype Marketplace

3. tahap berikutnya adalah tahap pelaksanaan pelatihan dan implementasi marketplace, pelatihan dilaksanakan pada kelurahan genuk sari RT 02 RW 08 dengan melibatkan peserta yaitu kelompok UMKM pada kelurahan setempat khususnya yang bergerak pada bidang kerajinan tangan.



Gambar 6. Pelaksanaan pelatihan

3.3 Evaluasi

Pada tahap ini evaluasi dilakukan dengan melakukan diskusi dengan audien mengenai materi yang telah disampaikan, selanjutnya dengan menindak lanjuti aktivitas mitra dalam marketplace yang telah diterapkan, sejauh mana audien mampu menggunakan sistem, seberapa banyak produk yang dijual telah diinput dalam sistem marketplace, serta masukan-masukan yang diberikan dari audien berupa kekurangan-kekurangan dari sistem tersebut untuk berikutnya dapat dilakukan pengembangan ke arah lebih baik lagi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan bagi mitra UMKM di wilayah kelurahan genuk sari kecamatan genuk semarang, mitra kelompok UMKM tersebut dapat memahami konsep marketplace dengan baik, serta mampu menggunakan sistem marketplace ini dengan baik hal ini dilihat dari jumlah enam peserta yang mengikuti pelatihan seluruhnya dapat menginput data produk melalui sistem ini dan tidak ada kendala yang berarti, sehingga diharapkan marketplace ini dapat didaya gunakan dan dapat digunakan sebagai wadah untuk meningkatkan potensi ekonomi dari para pengrajin kerajinan tangan pada khususnya di ruang lingkup kota semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Purwani Puji Utami (2019), “PKM Kelompok UMKM Kerajinan Tangan Unik Laut”, *Abadimas Adi Buana*, Vol. 03, No. 1, 1 Juli 2019.

- [2]. Supriyanto (2006), “Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan”, Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 3 Nomor 1.
- [3]. https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media, diakses pada 05 desember 2020.
- [4]. Eka Septiana S (2020), “Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar”, Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 4, No. 1, Hal : 133-142.