

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
21 November 2020, Hal. 71-78
e-ISSN: 2686-2964

Pelatihan desain dan pemasaran *online* produk kerajinan kulit pada UKM “Agus Jacket Kulit”

Bambang Robi'in, Phisca Aditya Rosyady

Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Banguntapan, Bantul
Daerah Istimewa Yogyakarta
Email: bambang.robiin@tif.uad.ac.id

ABSTRAK

Potensi pasar industri kerajinan kulit di Daerah Istimewa Yogyakarta cukup baik karena Yogyakarta merupakan kota tujuan wisata yang sangat diminati. Hasil dari industri kerajinan kulit ini dapat menjadi alternatif buah tangan wisatawan. UKM Agus Jacket Kulit merupakan usaha di bidang produk kerajinan kulit yang masih berskala kecil. Pandemi covid-19 telah memberikan dampak pada UKM ini sehingga mengalami penurunan pesanan dan penjualan. Perkembangan teknologi saat ini banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan usaha dengan melakukan pemasaran *online* tetapi UKM Agus jacket kulit tidak memiliki sumber daya yang memadai untuk melakukan pemasaran *online*. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan kepada UKM Agus Jacket Kulit agar dapat mengembangkan usahanya melalui pemasaran *online*. Metode pada kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilaksanakan mulai dari tanggal 22 september sampai dengan 5 oktober 2020. Kegiatan ini telah memberikan dampak kepada mitra yaitu peningkatan pemahaman mitra tentang bagaimana melakukan pemasaran *online*. Dampak lain dari kegiatan ini adalah terjadi peningkatan pesanan atau penjualan setelah mitra melakukan pemasaran *online* baik melalui sosial media maupun melalui *marketplace*.

Kata kunci: Produk kerajinan kulit, pelatihan, pemasaran online.

ABSTRACT

The market potential of the leather industry in Yogyakarta is quite good because Yogyakarta is a very popular tourist destination. This leather industry product can be an alternative souvenir for tourists. “Agus Jacket Kulit” is a small-scale business in the field of leather products and has not yet reached the online market. The Covid-19 pandemic has had an impact on “Agus Jacket Kulit”, resulting in a decrease in orders and sales. Today's technological developments are widely used to increase business by doing online marketing but “Agus Jakey Kulit” do not have sufficient resources to do online marketing. The purpose of this community service activity is to provide training to “Agus Jacket Kulit” in order to develop a business through online marketing. The methods in this activity are training and mentoring. This activity was held from 22 September to 5 October 2020. The impact of this activity is an increase in partners' understanding of how to do online marketing. Another impact of this activity is that there is an increase in orders or sales after partners have made online marketing either through social media or through the marketplace.

Keywords: *Leather craft products, Training, Online marketing*

PENDAHULUAN

Potensi pasar industri kerajinan kulit di Daerah Istimewa Yogyakarta cukup baik karena Yogyakarta merupakan kota tujuan wisata yang banyak diminati, sehingga hasil dari industri kerajinan kulit ini menjadi alternatif buah tangan wisatawan (Sulistiyowati, 2014). Produk yang dihasilkan oleh industri kerajinan kulit adalah sandal dan sepatu, namun disamping itu para pengusaha kerajinan kulit juga memproduksi ikat pinggang, tas, jaket dan dompet (Prasetyo, 2016). Kerajinan kulit dapat menjadi salah satu daya tarik wisata dan dapat pula berfungsi sebagai kegiatan pengembangan ekonomi kerajinan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Aliyah & Yudana, 2019).

Saat ini perkembangan internet sudah sangat pesat di berbagai sektor. Salah satu yang menonjol adalah dalam bidang perdagangan atau sering disebut dengan *ecommerce*. Penggunaan *e-commerce* memiliki keuntungan bagi pelaku usaha karena dapat menghemat waktu dan biaya produksi produk yang akan ditawarkan kepada konsumen, jangkauan pemasaran semakin luas, meningkatkan pangsa pasar, waktu yang fleksibel dalam melayani konsumen (Jayanti, 2014). Banyak media dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan usaha seperti *website* dan media sosial. Keberadaan media sosial sangat menguntungkan bagi pelaku bisnis *online*. Cukup dengan kreatifitas tinggi membangun citra produk/jasa dengan menampilkan *content* yang menarik serta menjawab rasa penasaran konsumen akan dapat meningkatkan penjualan produk (Nikmah, 2017). Selain itu, ada banyak faktor yang berpengaruh dalam keberhasilan penjualan *online* seperti strategi pemasaran melalui mesin pencari dan ulasan pelanggan. Kata kunci strategi manajemen yang paling penting demi kesuksesan suatu *content* adalah pemilihan kata kunci yang relevan dan populer (Anggraini, 2008). Ulasan pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap persepsi konsumen dan bila *rating* yang semakin tinggi maka persepsi konsumen menjadi lebih baik. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan bahwa bila persepsi konsumen terhadap kualitas produk semakin baik, maka keputusan pembelian produk secara *online* akan semakin baik juga (Auliya, Rifqi, Umam, & Prastiwi, 2017).

Pemasaran dengan memanfaatkan media *online* memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan transaksi konvensional, terutama untuk usaha kecil menengah. Dengan adanya program periklanan menggunakan internet ini pemasar dapat meningkatkan volume penjualan karena dengan adanya program pemasaran melalui internet dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Wandanaya, 2012). Secara umum dengan beberapa indikator pemasaran *online* yang meliputi kemudahan, informasi, rayuan dan bujukan yang sedikit, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian adalah cukup berpengaruh dengan alasan bahwa pemasaran *online* sangat memberikan keuntungan bagi konsumen yang tidak mempunyai banyak waktu dalam melakukan belanja dan bagi perusahaan memberikan keuntungan karena lebih efektif dan efisien sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk secara *online* (Rahmi *et al.*, 2015).

Di Yogyakarta terdapat banyak tempat yang digunakan sebagai pendukung pariwisata seperti oleh-oleh dan kerajinan. Salah satu lokasi yang menarik adalah sentra kerajinan kulit di dusun Manding, Desa Sabdodadi, Bantul, Yogyakarta. Lokasi Manding cukup strategis karena berada jalur utama Yogyakarta-Parangtritis. Salah satu UKM yang bergerak pada bidang kerajinan kulit adalah Agus Jaket Kulit. UKM Agus Jaket Kulit masih berskala kecil karena baru dirintis beberapa tahun terakhir. Lokasi Agus Jaket Kulit ini terletak di Manding Serut RT 01, Kadibeso, Sabdodadi, Bantul, D.I. Yogyakarta. Produk Agus Jaket Kulit meliputi jaket, tas, dompet, ikat pinggang, sandal, sepatu dan dompet.

Usaha Agus Jaket Kulit merupakan usaha yang masih kecil. Pendapatannya masih di bawah 10 juta per bulan dengan 4 karyawan. Hal ini disebabkan karena letak yang kurang

strategis karena terletak di tengah perkampungan, padahal produk yang ditawarkan cukup lengkap dan berkualitas. Kondisi pandemic *covid-19* juga telah memberikan dampak pada usaha ini. Adanya kebijakan bekerja dari rumah dan *sosial distancing* mengakibatkan menurunnya penjualan. Satu sisi, sebagian usaha yang menggunakan strategi pemasaran *online* justru semakin meningkat. Selama ini Agus Jacket Kulit hanya memasarkan produknya melalui toko dan belum dilakukan pemasaran *online* baik melalui sosial media maupun *marketplace*. Hal ini dikarenakan Agus Jacket Kulit tidak memiliki SDM yang memahami tentang pemasaran *online* baik melalui sosial media maupun *marketplace*. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membekali pelaku usaha pada Agus Jacket Kulit agar siap dan dapat mengembangkan usahanya melalui pemasaran *online*.

METODE

Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Bulan Oktober 2020. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di lokasi Agus Jacket Kulit, Manding Serut RT 01, Kadibeso, Sabdodadi, Bantul, D.I. Yogyakarta.

Khalayak Sasaran

Mitra kegiatan ini adalah UKM Agus Jacket Kulit dengan peserta pelatihan sebanyak 5 orang.

Sosialisasi

Ini merupakan tahapan untuk mempersiapkan seluruh kebutuhan baik dari segi sarana dan prasarana maupun sumberdaya yang akan terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kegiatan persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat dengan pihak Agus Jacket Kulit. Pada kegiatan persiapan ini, selain rapat koordinasi juga dilakukan kegiatan sosialisasi kepada mitra yang akan terlibat dalam kegiatan ini. Sosialisasi ini dilaksanakan pada tanggal 6 juni 2020.

Pelatihan desain pemasaran

Kegiatan pelatihan desain ini merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberikan kemampuan kepada mitra agar dapat membuat desain untuk kebutuhan pemasaran *online*. Kegiatan pelatihan desain menggunakan perangkat *android* dengan aplikasi *canva*. Kegiatan ini melibatkan 2 orang mahasiswa dari program studi Teknik Informatika. Kegiatan pelatihan desain dilaksanakan selama dua hari yaitu pada tanggal 25 dan 26 Juli 2020.

Pelatihan strategi pemasaran *online*

Pelatihan strategi pemasaran *online* ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan mitra dalam melakukan penjualan *online*. Kegiatan ini melibatkan oleh 2 orang mahasiswa sebagai tenaga bantu dalam pelaksanaannya. Pelatihan ini dilakukan dalam waktu 4 hari yaitu pada tanggal 26, 27 September dan tanggal 3,5 Oktober 2020.

Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan untuk memastikan mitra dapat menerapkan pemahaman dan ketrampilan yang diperoleh saat pelatihan. Pendampingan desain dilakukan pada tanggal 20 Juli sampai dengan 2 Agustus 2020 dan pendampingan pemasaran *online* dilakukan pada tanggal 5 sampai dengan 16 Oktober 2020.

Evaluasi

Evaluasi kegiatan merupakan tahap akhir dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi ini dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan dan mengevaluasi seluruh kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UKM Agus Jacket Kulit. Kegiatan evaluasi ini melibatkan seluruh tim pengabdian kepada masyarakat dan mitra. Evaluasi tahap 1 dilakukan pada tanggal 27 Juli 2020 dan evaluasi pada tahap 2 dilakukan pada tanggal 16 Oktober 2020.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan yaitu mulai dari sosialisai, pelatihan desain, pelatihan pemasaran *online*, dan evaluasi. Mitra dari kegiatan ini adalah UKM Agus Jacket Kulit. Selama ini UKM Agus Jacket Kulit menjalankan usahanya berdasarkan pada pesanan pelanggan. Pandemi *covid-19* telah memberikan dampak terhadap operasional usaha yaitu menurunnya jumlah pesanan. Usaha yang dijalankan UKM Agus Jacket Kulit masih bersifat konvensional dan belum pernah menjalankan usahanya melalui pemasaran *online*. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman pelaku usaha dalam menjalankan bisnis *online*.

Kegiatan pelatihan ini telah diikuti oleh peserta sebanyak 5 orang. Kegiatan ini telah berhasil meningkatkan pemahaman para peserta mengenai desain dan pemasaran secara *online*. Kegiatan pengabdian diawali dengan sosialisasi yang dilaksanakan pada tanggal 6 Juni 2020 di lokasi Agus Jacket Kulit Manding Serut RT 01, Kadibeso, Sabdodadi, Bantul, D.I. Yogyakarta.

Setelah dilakukan sosialisasi kegiatan berikutnya adalah pelatihan desain. Kegiatan pelatihan desain ini dilaksanakan pada tanggal 25 dan 26 Juli 2020. Kegiatan dilakukan selama 2 hari dan diikuti oleh 5 orang peserta dari UKM Agus Jacket Kulit dengan melibatkan 2 orang mahasiswa. Mitra UKM Agus Jacket kulit hanya memiliki sumberdaya berupa perangkat *mobile (handphone)* sehingga kegiatan desain ini disesuaikan dengan kesiapan mitra. Perangkat yang digunakan untuk melakukan desain ini adalah perangkat *handphone* dengan menggunakan *software canva*. Suasana pelatihan desain produk ini terlihat seperti pada Gambar 1.

Materi pada pelatihan desain meliputi pengenalan *software canva*, cara membuat desain logo, membuat desain produk yang menarik, dan desain poster untuk pemasaran *online*. Semua peserta mengikuti pelatihan ini dengan sangat antusias sehingga peserta dapat membuat berbagai desain yang menarik.

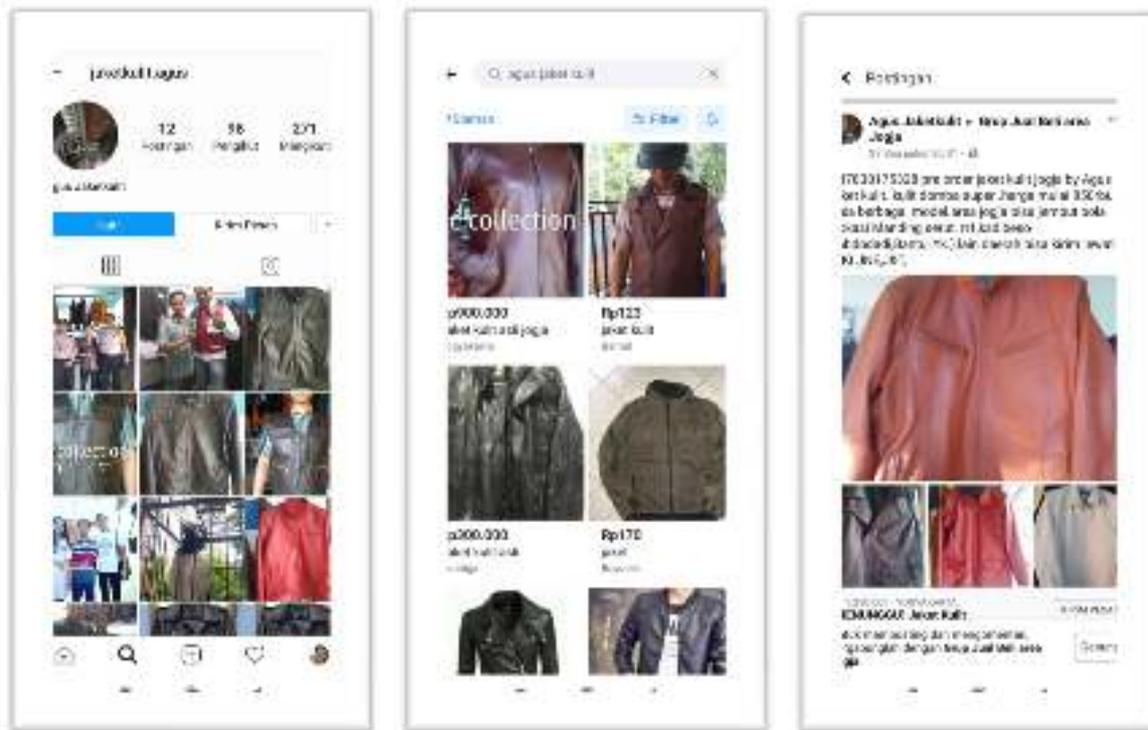
Kegiatan pelatihan selanjutnya adalah strategi pemasaran *online*. Kegiatan pelatihan pemasaran *online* dilaksanakan selama 4 hari yaitu pada tanggal 26-27 September, 3 Oktober, dan tanggal 5 Oktober 2020. Materi yang disampaikan pada pelatihan ini adalah kelebihan pemasaran *online* dibanding pemasaran konvensional, strategi pemasaran *online*, mempersiapkan produk untuk pemasaran *online*, pemasaran *online* melalui sosial media, dan pemasaran *online* melalui *marketplace*. Suasana kegiatan pelatihan *online* ini terlihat seperti pada Gambar 2.



Gambar 1. Pelatihan desain

Gambar 2. Pelatihan pemasaran *online*

Kegiatan pelatihan desain produk dan pemasaran *online* ini dilakukan dengan memanfaatkan *handphone* yang telah dimiliki oleh pelaku UKM sehingga untuk tindak lanjutnya, UKM dapat langsung menerapkannya tanpa harus memikirkan sumber daya tambahan. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan PPM ini maka dilakukan evaluasi. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan wawancara dan observasi terhadap kinerja UKM. Berdasarkan pada data wawancara yang dilakukan terhadap pelaku usaha bahwa kegiatan ini telah memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran *online*. Selain memahami mitra juga telah mampu melaksanakan pemasaran secara *online* baik di sosial media maupun di *marketplace*. Gambar 3 memperlihatkan perkembangan mitra dalam melakukan pemasaran *online*.



Gambar 3A

Gambar 3B

Gambar 3C

Gambar 3. Pemasaran *online* di sosial media dan marketplace 3A. Pemasaran *online* di instagram, 3B. Pemasaran *online* pada FB marketplace, 3C. Pemasaran *online* di group FB

Pemasaran *online* yang dilakukan pada sosial media adalah melalui *Facebook Fanspage* dan *Instagram* sedangkan pemasaran *online* melalui marketplace adalah *FB Marketplace* dan *Shopee*. Tabel 1 memperlihatkan daftar chanel pemasaran *online* yang dilakukan oleh Agus Jacket Kulit.

Tabel 1. Chanel pemasaran *online* Agus Jacket Kulit

No	Jenis	Keterangan
1	Sosial media	Fanspage Agus Jacket Kulit di facebook
2	Sosial Media	Instagram @jaketkulit.agus
3	Marketplace	Facebok marketplace
4	Marketplace	Shopee.co.id

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada UKM Agus Jacket Kulit telah memberikan beberapa dampak yang signifikan kepada mitra, yaitu:

1. Terjadi peningkatan pemahaman mitra mengenai keuntungan pemasaran secara *online* sehingga mitra menjadi lebih siap dalam menghadapi persaingan secara global.
2. Terjadi peningkatan pada operasional usaha UKM Agus Jacket Kulit yang semula sistem pemasaran dan penjualan secara konvensional kini telah menerapkan pemasaran dan penjualan secara *online* melalui sosial media dan *marketplace*.
3. Meluasnya segmentasi pasar yang semula hanya lokal kini mulai menjangkau secara nasional sehingga meningkatkan pendapatan usaha.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Pelatihan desain dan pemasaran *online* produk kerajinan kulit pada UKM Agus Jacket Kulit telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Mitra telah memahami tentang keuntungan dan pentingnya mengembangkan usaha dengan sistem pemasaran *online* sebagai salah satu keunggulan dalam persaingan global. Telah terjadi peningkatan operasional usaha pada UKM Agus Jacket Kulit dari sistem penjualan dan pemasaran konvensional menjadi sistem penjualan dan pemasaran secara *online*. Pangsa pasar dari UKM Agus Jacket Kulit telah meluas dari pasar lokal menjadi nasional dengan memanfaatkan sistem pemasaran *online* sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan pada UKM Agus Jakte Kulit.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis sampaikan terimakasih kepada LPPM Universitas Ahmad Dahlan atas pendanaan kegiatan Program Pengabdian Masyarakat ini. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada para mahasiswa yang telah membantu berjalannya kegiatan, dan kepada Pihak Agus Jacket Kulit atas pertisipasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, I., & Yudana, G. (2019). Diversifikasi Produk dan Teknik Pemasaran Kerajinan Kulit Di Solo Raya Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Imajinasi*, VIII(1), 69–76.
- Angraini, A. A. (2008). Manajemen Keyword: Strategi Pemasaran Online Menggunakan Search Engine. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 6(2), 60–69. <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i2.934>
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia*. 89–98.
- Jayanti, G. (2014). Penerapan E-Commerce Dalam Proses Komunikasi Pemasaran Di Toko East Kalimantan Center Samarinda. *E Journal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 219–228.
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Administrasi Dan Bisni*, 11(1), 47–56.
- Prasetyo, K. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Industri Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 3(3), 338–346.
- Rahmi, A., Adidi, M., Mahasiswi, Y., Dosen, D., Studi, P., Bisnis, A., & Uir, F. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). *Valuta*, 1(1), 149–172.
- Sulistyowati, E. (2014). Motivasi dan Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Industri Kerajinan Kulit. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, 3(2), 85–101.
- Wandanaya, A. B. (2012). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *CCIT Journal*, 5(2), 174–185. Retrieved from <http://ejournal.raharja.ac.id/index.php/ccit/article/view/220>

