

ONLINE MARKETING DAN LABELISASI PRODUK SEBAGAI TEROBOSAN PEMASARAN PADA UMKM TAS ANYAMAN DI DESA NAILAN PONOROGO

Candra Febrilyantri¹, Cahya Firman Syah²

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo,

Email: candrafebrilyantri@gmail.com¹, cahyafirmansyah@gmail.com²

Abstrak: Kerajinan tas anyam merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdapat di desa Nailan kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo dan telah berjalan hampir tiga tahun sejak 2019. Produk tas anyaman semakin hari semakin populer di kalangan masyarakat. Namun terdapat kendala ketika melakukan pemasaran, yakni belum bisa menjangkau diluar kabupaten Ponorogo, selain itu produk ini belum mempunyai label dimana sebuah label dapat mempengaruhi minat beli masyarakat. Oleh karena itu dibutuhkan adanya pendampingan untuk pembuatan label serta akun marketplace agar penjualan produk dapat dilakukan secara luas. Kegiatan ini memiliki tujuan agar pemilik usaha dapat memanfaatkan peluang, potensi serta teknologi dalam memaksimalkan laba usaha. Metode yang digunakan adalah ABCD, yakni mencari aset yang dimiliki masyarakat dan mengoptimalkannya. Hasil yang didapatkan dari kegiatan pendampingan adalah telah berhasil membantu pemilik usaha tas anyam di desa Nailan kecamatan Slahung kabupaten Ponorogo dalam membuat label produk serta menggunakan teknologi untuk meningkatkan penjualannya.

Kata Kunci: ABCD, pemasaran online, UMKM

Abstract: Woven bag crafts is one of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) located in Nailan Village, Slahung District, Ponorogo Regency, and has been running for almost three years since 2019. Woven bag products are increasingly popular among the community. However, there are obstacles when doing marketing, namely not being able to reach outside the Ponorogo district; besides, this product still needs to have a label that can influence people's buying interest. Therefore, assistance is necessary for making labels and marketplace accounts so that product sales can be carried out widely. These activities for business owners take advantage of opportunities, potential, and technology to maximize business profits. The method used is ABCD, namely finding assets owned by the community and optimizing them. The results obtained from the mentoring activities have succeeded in helping woven bag business owners in Nailan village, Slahung sub-district, and Ponorogo district makes product labels and uses technology to increase sales.

Keywords: ABCD, online marketing, SMEs

PENDAHULUAN

Perekonomian menjadi salah satu usaha masyarakat dalam memenuhi dan meningkatkan kebutuhan hidup. Perekonomian, khususnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sektor usaha paling banyak yang terdapat di Indonesia. Sektor UMKM menjadi sektor yang tahan banting selama krisis perekonomian, baik karena politik di tahun 1998, maupun dikarenakan pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 yang melanda Indonesia.

UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia. Menurut data kementerian koperasi dan UMKM 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07 % dengan nilai setara 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% total tenaga kerja yang ada serta menghimpun hingga 60,4% total investasi (pip.kemenkeu.go.id).

UMKM dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah, khususnya dalam upaya mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat di pedesaan. Sebelum adanya pandemi, pelaku UMKM memasarkan produk dengan cara manual umumnya, yaitu dengan menitipkan barang di rekanan, promosi lisan, dan mengikuti bazar produk UMKM. Namun dengan adanya pandemi, keterbatasan mobilitas hingga adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyebabkan mayoritas masyarakat saat itu tidak diperkenankan keluar rumah jika tidak ada hal yang penting, dilarangnya berkumpul, pusat keramaian ditutup, sehingga banyak UMKM yang tidak bisa memasarkan produknya.

Berdasarkan paparan di atas, menyebabkan adanya tuntutan mengenai perkembangan dan inovasi dalam hal pemasaran, salah satunya adalah pemanfaatan media sosial dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Pemasaran merupakan hal penting untuk keberlangsungan suatu usaha, dikarenakan dengan adanya pemasaran ini, produk yang dihasilkan dapat diketahui masyarakat, kemudian dibeli oleh konsumen, sehingga produsen mendapatkan aliran kas untuk melanjutkan usahanya.

Selain pemasaran, terdapat hal lain yang mendorong kemajuan produk, salah satunya adalah label/merk produk. Bagi pelaku UMKM, label sering menjadi hal yang disepelkan karena kurangnya pengetahuan bahwa label berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Produk yang tidak mempunyai label atau merk dagang, dianggap kurang meyakinkan bahwa produk tersebut bagus. Dengan adanya merk atau label dapat menjadi kekuatan bagi produk yang dijual (Ashari, 2020).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan berbagai macam produk dan jasa yang dihasilkan, memiliki potensi pengembangan pasar yang cukup besar baik di dalam maupun di luar negeri. Oleh sebab itu, memerlukan kejelian dalam melihat peluang dan potensi yang ada. Namun salah satu faktor penghambat berkembangnya UMKM adalah tidak adanya merk/label serta kurang maksimalnya pemasaran dilakukan. Mayoritas pelaku UMKM hanya berfokus pada usaha menghasilkan dan mengembangkan produk, namun tidak memikirkan faktor lain untuk keberlangsungan usaha jangka panjang, seperti adanya label serta pemasaran yang lebih efektif dan maksimal (Sudarwati, 2013).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu asset yang dimiliki desa Nailan kecamatan Slahung kabupaten Ponorogo. Berbagai macam produk seperti gerabah, tas anyam, produk makanan dapat dijumpai di desa ini. Salah satu UMKM yang terdapat di desa ini dan menjadi salah satu program kerja KPM kelompok 30 IAIN Ponorogo adalah tas anyam yang dikelola bu Udah. Tas anyam saat ini hanya dipasarkan di sekitar Ponorogo, dengan sistem pemesanan langsung atau melalui media whatsapp. Hal ini menurut

pemilik usaha, pemasaran masih belum maksimal, dikarenakan untuk menjangkau diluar Jawa Timur masih minim, sehingga memerlukan inovasi dalam pemasaran.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, serta adanya pandemi yang menghancurkan masyarakat membatasi kegiatan diluar rumah, menggunakan sarana digital dinilai lebih mudah, efektif dan efisien. Kuliah Pengabdian Masyarakat Kelompok 30 IAIN Ponorogo berinisiatif melakukan pendampingan dalam pengelolaan *marketplace* serta pembuatan label/merk dagang bagi tas anyam bu Udah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD), dimana mengutamakan memanfaatkan aset dan potensi yang ada disekitar, atau yang dimiliki oleh masyarakat (Ahmad, 2007). Metode ini bertujuan untuk menggali aset atau potensi yang dimiliki wilayah tertentu. UMKM dalam hal ini merupakan aset yang dimiliki desa yang membantu perekonomian masyarakat sekitar. Salah satu UMKM yang menjadi aset desa Nailan kecamatan Slahung kabupaten Ponorogo adalah kerajinan tas anyam yang dikelola ibu Udah. Usaha ini telah memiliki konsumen tetap, dengan jangkauan konsumen terbanyak masih di sekitar kabupaten Ponorogo.

Usaha tas anyam ini memiliki potensi besar untuk bisa berkembang, potensi tersebut diantaranya:

1. Tempat usaha berada di lokasi strategis, 50m dari jalan raya provinsi Ponorogo-Pacitan, mudah di akses dengan medan jalan yang tidak sulit.
2. Usaha ini tidak memerlukan modal awal yang besar.
3. Tas anyam saat ini sedang digemari, untuk diberikan saat ada komunitas pengajian atau untuk acara keluarga, sehingga peminat tas ini lumayan banyak.

Disamping paparan potensi usaha tas anyaman di atas, berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, usaha tas anyam ini memiliki kelemahan, yaitu:

1. Pemasaran tas ini masih manual, yakni dengan pemesanan langsung atau menggunakan media whatsapp.
2. Usaha ini belum memiliki label, sehingga untuk menembus *marketplace* masih belum maksimal

Berdasarkan data observasi awal, kelompok 30 KPM IAIN Ponorogo memutuskan program kerja dengan melakukan pendampingan *online marketing* serta membantu membuatkan label/nama produk.

Dalam penelitian (Swasono, 2020) disebutkan bahwa metode ABCD (*Asset Based Community Development*) memiliki lima langkah dalam proses riset pendampingan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Discovery* (Menemukan kebutuhan pada UMKM tas anyam)
Discovery merupakan sebuah proses untuk menemukan kembali informasi melalui sebuah proses wawancara dengan masyarakat sekitar yang dapat memberikan kontribusi penemuan maupun usaha agar dapat berkembang dan bertahan. Tahap ini dimulai dari menggali aset apa saja yang ada di desa Nailan Slahung Ponorogo untuk dikembangkan

potensinya. Proses menemukan aset ini dilakukan dengan bantuan perangkat desa Nailan. Informasi mengenai aset ini banyak di dapat dari bapak Nurhadi, S.T selaku kepala desa Nialan. Pemetaan aset yang ditemukan di desa Nailan meliputi: Taman Baca desa Nailan, kerajinan tas anyaman, kerajinan gerabah, Taman Baca Al-Qur'an, UMKM kripik tempe dan sebagainya. Tim peneliti memutuskan untuk fokus pada kebutuhan UMKM tas anyaman, diakrenakan memiliki potensi yang cukup besar namun belum ada langkah efisien dalam pemasaran.

2. *Dream* (Melihat impian secara kolektif pada UMKM tas anyam)

Tahap *dream* ini, peneliti mengeksplorasi dengan cara kreatif dan kolektif terhadap masa depan yang mungkin dapat terwujud, dikaitkan dengan apa yang diharapkan oleh pemilik usaha (Fitrianto & Susilowati, 2022). Hasil dari observasi yang telah peneliti lakukan disimpulkan bahwa usaha tas anyaman bu Udah sedang pupuler, namun belum banyak menjangkau pemasaran diluar kabuapten Ponorogo. Pemilik mengatakan bahwa ingin mengembangkan usaha namun belum mengetahui tentang pemasaran *online* serta tas anyaman beliau belum mempunyai nama untuk lebih dikenal masyarakat. Oleh karena itu, tim peneliti menjadikan harapan dan keinginan ibu Udah untuk mulai melakukan pendampingan mengenai *online marketing* dan pembuatan label tas anyam sebagai sarana mengabdikan dengan membantu ibu Udah.

3. *Design* (Merancang program kerja pendampingan *online marketing* dan labelisasi tas anyam)

Design adalah tahap dimana seluruh komunitas terlibat dalam proses belajar tentang kekuatan atau aset yang dimiliki agar bisa memanfaatkan dengan cara konstruktif dan kolaboratif demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil observasi dengan pemilik usaha, tim peneliti akan melakukan pendampingan dalam pembuatan akun di *marketplace* Shopee dalam rangka membantu *online marketing*, serta akan membuat label merk tas dengan tujuan memberikan kepercayaan mengani produk tas anyaman ini.

4. *Define* (menentukan perubahan melalui program kerja pendampingan)

Tahap ini adalah menentukan perubahan, perubahan yang diharapkan setelah adanya program pengabdian yang dilakukan tim peneliti yaitu UMKM tas anyam bu Udah dapat dikenal dengan label tas yag baru, serta dapat menjangkau pemasaran diluar kabupaten Ponorogo. Sehingga harapannya adalah terjadinya perubahan dari segi penghasilan yang semakin meningkat dengan adanya label dan *online marketing* ini.

5. *Destiny* (pelaksanaan program kerja)

Tim peneliti melakukan program kerja ini setelah melaksanakan observasi pada UMKM tas anyam di desa Nailan Slahung Ponorogo. Tahap pelaksanaan ini, tim peneliti mengunjungi tempat usaha dan memberikan pendampingan kepada pemilik usaha. Pendampingan ini dalam bentuk pembuatan akun *marketplace*, kemudian memberikan tutorial penggunaan akun di *marketplace*, serta mendiskusikan dalam pembuatan label tas anyam yang akan dibutuhkan tim peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal yang dilakukan oleh tim peneliti pada pelaksanaan pengabdian di desa Nailan kecamatan Slahung kabupaten Ponorogo, adalah melakukan observasi awal aset-aset di tempat pengabdian yang dapat diberdayakan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian. Setelah ditentukan aset yang akan diberdayakan, tim peneliti mengajukan ijin kepada kepala desa, pemilik usaha dan masyarakat setempat untuk melaksanakan kegiatan. Kegiatan pendampingan yang akan dilaksanakan, sebelumnya dibekali ijin dan kesepakatan bersama dengan ketua RT serta pemilik usaha.

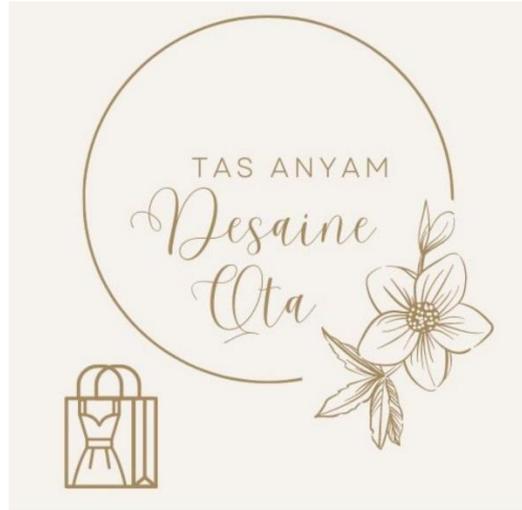
Kegiatan diawali dengan inkulturasi yang dilakukan tim peneliti dengan pemilik usaha. Tahap ini, seluruh kegiatan dilakukan dengan proses komunikasi. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi menjadi hal yang peting di tahap ini. Salah satu cara agar proses inkulturasi berjalan lancar adalah dengan ikut bergabung dalam proses produksi produk tas anyam.

Kegiatan selanjutnya adalah tim peneliti membuka akun penjual di *marketplace* dengan maksud untuk melakukan *online marketing* agar produk dapat dipasarkan lebih luas yang nantinya akan berdampak pada penghasilan pemilik usaha meningkat.



Gambar 1. Pembuatan akun di *marketplace* (Shopee)

Program selanjutnya adalah pembuatan label tas anyam. Tahap ini adalah hasil dari porses diskusi antara tim peneliti dengan pemilik usaha. Setelah adanya design, pemilik bisa melakukan revisi mengenai label yang diinginkan, setelah adanya proses revisi dan diskusi, maka terciptalah label tas anyaman yang dapat digunakan untuk promosi pemilik.



Gambar 2. Hasil Logo



Gambar 3. Proses Pendampingan UMKM Tas anyam

Hasil dari kegiatan pelatihan yang dilakukan peneliti dengan salah satu pemilik usaha tas anyam di desa Nailan kecamatan Slahung kabupaten Ponorogo dapat dilihat dari evaluasi yang menunjukkan bahwa:

1. Ketercapaian tujuan penelitian

Tujuan dari pendampingan pembuatan label serta akun online marketing adalah agar dikenalnya tas anyam di luar Ponorogo sehingga berdampak pada terjadinya peningkatan penjualan tas anyam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru pada UMKM agar dapat mengelola akun onlinenya

2. Kemampuan pemilik usaha dalam memanfaatkan perkembangan dan kemajuan teknologi Saat ini perkembangan teknologi tidak bisa dibendung, karena adanya tuntutan di era modern sekaligus adanya dampak pandemi Covid-19 yang menyebabkan penggunaan teknologi meingkat dengan adanya pembatasan tatap muka. Oleh karena itu pendampingan ini bertujuan agar pelaku UMKM yang belum tersentuh teknologi dapat mengikuti perkembangan saat ini dan menjadi inovasi bagi pelaku tas anyam di desa Nailan Slahung Ponorogo.

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan juga evaluasi yang dilakukan, tim peneliti dapat mengidentifikasi mengenai faktor penghambat juga pendukung dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai berikut:

1. Faktor pendukung

- a. Dukungan penuh kepala desa, perangkat desa beserta masyarakat desa Nailan Slahung Ponorogo yang telah menyambut baik kehadiran dan membantu tim peneliti dalam melaksanakan kegiatan pengabdian.
- b. Ketersediaan dan antusiasme pemilik usaha tas anyam yakni Ibu Udah yang telah mengizinkan dalam melakukan kegiatan pengabdian

2. Faktor Penghambat

- a. Terjadi kendala mengenai waktu sehingga pemilik usaha dan tim peneliti harus mengatur ulang jadwal kegiatan pendampingan ini.
- b. Jaringan internet yang sesekali terputus menyebabkan harus mengulang kembali dalam pembuatan akun *marketplace*.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan antara lain:

1. Kegiatan pengabdian menghasilkan perubahan yang signifikan yaitu meningkatnya kemampuan pelaku UMKM Tas anyam di desa Nailan Slahung Ponorogo dalam memanfaatkan perkembangan teknologi.
2. Kegiatan pengabdian menghasilkan sebuah label tas anyam yang dapat digunakan pemilik dalam mempromosikan produknya.
3. Kegiatan pengabdian dapat dikatakan sukses secara keseluruhan, dilihat dari pemahaman pemilik usaha yang dapat mengelola akun marketplace untuk pemasaran secara luas.

REFERENSI

- Ahmad, M. (2007). *Asset Based Communities Development (ABCD): Tipologi KKN Partisipatif UIN. Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 69.
- Ashari, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion.
- Fitrianto, A., & Susilowati, Z. (2022). Strategi Optimalisasi Pertan Rukun Nelaan Dengan Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) pada peningkatan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Dinamika Pengabdian Vol 7 No 2*, 373-392.
- Lembaga Penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN PONOROGO. (2022) PEDOMAN KULIAH PENGABDIAN MASYARAKAT. Ponorogo: Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) IAIN POOROGO.
- Sudarwati, Y. (2013). Strategi pengembangan merk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol 4 No 1*, 89-101.

Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol. 1 No. 2 Juli-Desember 2022: 94-101

Swasono, M. (2020). Membangun Kebiasaan Membaca pada Anak di Masa Pandemi Covid melalui Program Satu Jam Tanpa Gawai Di Griya Baca Desa Karangrejo . *JPM: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* , 38-50.