

## **PENGENALAN MEDIA PEMASARAN ONLINE BERSAMA PEMUDI PADA USAHA ANYAMAN DI DESA GUNDIK, SLAHUNG, PONOROGO**

**Siti Hofifah<sup>1\*</sup>, Ratna Yunita<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [sitihofifah25@gmail.com](mailto:sitihofifah25@gmail.com)

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [ratnayunita@iainponorogo.ac.id](mailto:ratnayunita@iainponorogo.ac.id)

**Abstract:** Now, information technology is growing rapidly in all fields, including business. Information technology has many benefits, for instance, in marketing activities. Product marketing can utilize information technology such as social media (Instagram) and e-commerce (Shopee). By utilizing social media and e-commerce, the products marketed will be known to the wider community. Marketing is one of the keys to success in maintaining the running of the business and competing with manufacturers of similar products. Woven crafts in Gundik Village, Slahung, Ponorogo are small and medium-sized enterprises. Marketing of these woven craft products is still limited to the surrounding Ponorogo area and is marketed through shops and word of mouth. Therefore, the sales in this business are still small, and many people do not know about this woven craft product yet. Besides, there are many people around this business, for example, the youth community, who have a lot of free time. This community service aims to develop the marketing of the woven craft business and provide knowledge about online marketing media to the youth community so that their daily activities are more productive and they make good use of their free time. The method used in this service was the Asset-based Community Development (ABCD) approach by introducing Instagram social media and e-commerce as product marketing media. As a result, this community service, which focuses on introducing online marketing media to develop the woven craft business and youth community during the introduction process and after the introduction process, has a positive impact.

**Keywords:** Introduction, Online marketing, ABCD.

**Abstrak:** Pada saat ini teknologi informasi sangat berkembang pesat dalam segala bidang salah satunya yaitu bisnis atau usaha. Teknologi informasi memiliki banyak manfaat seperti dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran produk dapat memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial dan *e-commerce*. Dengan memanfaatkan media sosial (Instagram) dan *e-commerce* (Shopee) maka produk yang dipasarkan akan dikenal masyarakat lebih luas. Pemasaran merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam mempertahankan berjalannya usaha dan bersaing dengan produsen produk yang sejenis. Kerajinan anyaman di desa Gundik, Slahung, Ponorogo merupakan industri skala kecil menengah. Pemasaran produk anyaman ini masih terbatas di wilayah ponorogo sekitarnya dan dipasarkan melalui toko dan mulut ke mulut. Sehingga penjualan pada usaha ini masih sedikit dan juga belum banyak diketahui oleh masyarakat lain mengenai produk anyaman ini. Selain itu disekitar usaha banyak masyarakat seperti komunitas pemudi karang taruna yang banyak memiliki waktu luang. Adapun tujuan dari kuliah pengabdian masyarakat ini yaitu mengembangkan pemasaran dalam usaha kerajinan anyaman dan memberikan pengetahuan mengenai media pemasaran online kepada pemudi karang taruna agar kegiatan sehari-hari lebih produktif dan

memanfaatkan waktu luang yang ada. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu metode pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) yaitu dengan mengenalkan media sosial Instagram dan *e-commerce* Shopee untuk media pemasaran produk. Hasil yang dapat dicapai dari pengabdian masyarakat dengan pengenalan media pemasaran online dalam rangka mengembangkan usaha kerajinan anyaman maupun pemudi karang taruna selama proses pengenalan maupun setelah proses pengenalan memberikan dampak yang positif.

**Kata Kunci:** Pengenalan, Pemasaran online, ABCD.

## **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 (*offline*) sekarang 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. Pemasaran merupakan suatu hal yang terpenting dalam sebuah usaha karena pemasaran pada dasarnya berfungsi sebagai bertahannya suatu usaha.

Pemasaran merupakan suatu proses pemasyarakatan dimana individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan menghasilkan, menawarkan, dan secara leluasa mempertukarkan produk serta jasa yang bernilai dengan orang lain (Firmansyah, 2019, p. 3) Pemasaran online disebut sebagai pemasaran digital diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Keuntungan pemasaran online adalah sebagai metode yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis (Mardia, 2021, p. 196). 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 ialah penentuan pasar target guna produk tertentu, mengembangkankan program bauran pemasaran guna penuhi kebutuhan serta kemauan konsumen pada pasar target tersebut (Noor, 2021, p. 44).

Desa Gundik ialah salah satu desa yang ada di Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur. Desa Gundik memiliki luas wilayah dengan keseluruhan yaitu 168, 242 Ha yang terdiri dari pemukiman, persawahan, perkebunan, dan perkantoran. Selain itu desa Gundik juga memiliki asset komunitas seperti PKK, Kelompok Tani, dan Karang Taruna yang apabila dikembangkan akan membantu kelancaran asset desa. Terutama pada bidang perekonomian seperti pada usaha anyaman Ibu Ayu Wulandari yang masih kurangnya

pemasaran produk. Dengan melalui program pengenalan media pemasaran online dalam rangka mengembangkan usaha.

Komunitas Karang Taruna seperti pemudinya disekitar usaha Kerajinan Anyaman Ibu Ayu Wulandari masih terlihat memiliki banyak waktu luang saat pekerjaan atau tugas sudah selesai. Hal ini dikarenakan masa pandemic yang mengharuskan belajar dirumah dengan melalui media sosial. Dengan adanya pernyataan diatas perlu adanya dukungan kegiatan yang dapat mengisi waktu luang dan pemanfaatan teknologi dengan baik melalui kegiatan yang lebih bermanfaat atau produktif seperti dengan adanya pengenalan media pemasaran online pada usaha kerajinan anyaman Ibu Ayu Wulandari di Desa Gundik.

Permasalahan pada usaha kerajinan anyaman yang dimiliki oleh Ibu Ayu Wulandari adalah pemasaran masih terbatas karena belum menggunakan media online, sehingga usaha anyaman ini kurang berkembang dan belum banyak dikenal masyarakat mengenai usahanya serta dalam produksinya hanya seadanya saja. Selain itu banyaknya waktu luang dan teknologi yang digunakan kurang dimanfaatkan secara produktif.

Penelitian ini diawali dari temuan sebuah asset atau potensi yang akan dikembangkan, bukan berangkat dari sebuah masalah yang akan dipecahkan. Paradigm ini lebih memberikan nilai positif pada sebuah subyek penelitian bukan negative. Dengan menggunakan metode *Asset Based Community Development* (ABCD) peneliti mengharapkan sebuah potensi berupa program media sosial (*Instagram*) dan *e-commerce* (Shopee) yang digunakan untuk pemasaran produk pada usaha kerajinan anyaman Ibu Ayu Wulandari. Adapun manfaat dari pengabdian yang dilakukan sebagai upaya agar produk yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat luas serta dapat meningkatkan penjualan kerajinan anyaman.

Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan pengabdian dengan judul "Pengenalan Media Pemasaran Online bersama Pemudi pada Usaha Anyaman di Desa Gundik, Slahung, Ponorogo"

## **TINJAUAN LITERATUR**

Konsep pengabdian masyarakat dengan mengenalkan media sosial (*Instagram*) dan *e-commerce* sebagai solusi peningkatan penjualan sudah banyak dijumpai diberbagai pengabdian oleh PTKIN. Contoh pengabdian yang mengenalkan media sosial adalah pengabdian yang dilakukan oleh Nanik Susanti, Yudie irawan, dan Wiwit Agus Triyanto (2019, p. 50) yang meningkatkan ketrampilan serta kemampuan pemanfaatan sosial media sebagai fasilitas pemasaran dengan didukung oleh ketrampilan menghasilkan gambar produk yang menarik. Selain itu pengabdian yang dilakukan oleh Juhari, Rossi Maunofa Widayat, dan Mujiyana (2020, p. 485) dapat membantu produsen memasarkan produk mereka melalui sosial media yang dapat diakses secara online.

Contoh pengabdian mengenai *e-commerce* diantaranya yang dilakukan oleh Sulistyoto Seti Utami dan Nur Aini (2019, p. 32), hasil penelitiannya yaitu memberikan pemahaman kepada mitra tentang pemasaran melalui *e-commerce*, mitra mampu membuat toko online

dan promosi melalui media sosial secara mandiri dan produk yang dipasarkan di beberapa *marketplace* atau *e-commerce* mempunyai nilai *informative*, *persuasive* (meyakinkan), serta *intention* (mempunyai energi tarik) yang besar untuk konsumen. Selain itu pengabdian yang dilakukan oleh I Putu Dody Lesmana, Beni Widiawan, dan Didit Rahmat Hartadi (2018, p. 24), hasil penelitiannya yaitu pembuatan web *e-commerce* untuk pemasaran dengan *online* melalui internet telah meningkatkan jumlah pendapatan dari penjualan produk secara *online*. Kemudian pengabdian yang dilakukan oleh Dine Agustine, Vina Septiana Windyasari, dan Febri Rismaningsih (2021, pp. 63–64), hasil penelitiannya yaitu pelatihan ini dapat memotivasi masyarakat Desa Rancagong untuk membuka usaha melalui pemasaran online dengan produk unggulan warga serta produk-produk yang lain, sehingga aktivitas ini bisa ditindaklanjuti dengan menginisiasi kelompok usaha bersama.

Dengan demikian pengabdian dapat menyimpulkan terkait dengan persamaan dan perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dan penelitian yang dilakukan saat ini. Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang pengenalan media pemasaran secara online pada usaha kerajinan. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini dilakukan pada usaha kerajinan anyaman yang berbahan dari plastik milik Ibu Ayu Wulandari di Desa Gundik. Selain itu dalam penelitian ini juga dilakukan pengenalan media pemasaran bersama pemuda karang taruna desa Gundik.

## **METODE PENELITIAN**

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 serta komunitas Pemuda Karang Taruna. Metode ABCD bertujuan menggali aset yang dimiliki oleh suatu wilayah. Selain itu dalam metode ABCD juga harus melibatkan komunitas. Komunitas yang dilibatkan dalam usaha ini ialah Pemuda Karang Taruna. Pemuda Karang Taruna ini merupakan aset yang berharga bagi desa karena aset tidak hanya mengenai benda saja tetapi juga makhluk hidup. Berbagai macam komunitas masyarakat di sebuah desa bisa digabungkan dengan memandang keahlian atau kemampuan yang terdapat pada masyarakat. Kemampuan dan potensi yang ada pada desa ini dijadikan menjadi satu komunitas yaitu pemuda karang taruna.

Usaha kerajinan anyaman milik Ibu Ayu Wulandari desa Gundik, Slahung Ponorogo ini mempunyai potensi yang dapat jauh berkembang lebih pesat seperti dalam pemasarannya. Sehingga dapat menjadi salah satu indikator kemajuan dalam masyarakat. Potensi-potensi tersebut diantaranya yaitu banyak pemuda disekitar usaha kerajinan anyaman yang memiliki banyak waktu luang, banyak pemuda yang mahir menggunakan gadget. Namun sebagai usaha yang masih baru juga memiliki kelemahan-kelemahan yang peneliti gali dari observasi awal, diantaranya yaitu pemasarannya yang masih belum maksimal dan minimnya pemanfaatan teknologi informasi pada usaha.

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 Ayu Wulandari. Dalam Metode ABCD ini memiliki lima aksi yang harus dilakukan yaitu:

1. *Discovery* (Menemukan)

*Discovery* merupakan sebuah proses untuk menemukan kembali informasi melalui proses wawancara dengan masyarakat sekitar yang harus menjadi penemuan yang dapat memberikan kontribusi kegiatan maupun usaha agar dapat berkembang dan bertahan. Pada tahap ini mulai menggali aset apa saja yang terdapat di Desa Gundik yang bisa dikembangkan potensinya. Penemuan aset ini dilakukan dengan perangkat desa Gundik. Informasi yang diperoleh mengenai aset ini banyak didapat dari pemaparan Bapak Kepala Desa Gundik. Pemetaan aset yang ditemukan di Desa Gundik meliputi Kerajinan anyaman, pabrik tahu, tempe kripik, karang taruna, beberapa komunitas, dan sebagainya.

2. *Dream* (Impian)

Pada tahap ini tiap orang mengeksplorasi harapan dan impian mereka baik buat mereka sendiri ataupun buat organisasi (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN PONOROGO, 2021, p. 50). Sebuah impian ataupun visi bersama untuk kedepannya seperti dari gambar, kata-kata, dan tindakan. Dari sekian aset yang dimiliki desa Gundik, dipilih kerajinan anyaman dengan metode pemasaran masih offline. Pada kesempatan ini dihadirkan pengenalan media pemasaran online untuk meningkatkan penjualan dan produksi yaitu dengan membuat akun di *e-commerce* Shopee dan media sosial *Instagram*.

3. *Design* (Merancang)

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.

4. *Define* (Menentukan)

*Define* ini merupakan proses memberikan kesempatan masyarakat untuk mendefinisikan kembali potensi dan kekuatan yang dimiliki. Tujuan dari proses ini yaitu mengenai perubahan yang diinginkan. Pengembangan usaha yang dilakukan yaitu mengenai pemasaran. Sosialisasi pengenalan media pemasaran online melibatkan pemuda karang taruna desa Gundik.

5. *Destiny* (Lakukan)

Tahap *destiny* merupakan tahap dimana masing-masing orang dalam organisasi menerapkan bermacam perihal yang telah diformulasikan pada tahap *design*. Tahap ini

berlangsung ketika organisasi sedang melanjutkan kegiatan perubahan, memantau perkembangan, pembelajaran dan inovasi baru (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN PONOROGO, 2021, pp. 50–51). Tahap ini merupakan tahap terakhir yaitu melaksanakan program yang telah disepakati. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan antara lain membuat media pemasaran online seperti *Instagram* dan *e-commerce* dan dikelola oleh pemuda karang taruna desa Gundik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Analisis Potensi**

Potensi ialah suatu energi, kekuatan, kesanggupan serta keahlian yang dimiliki oleh sesuatu desa yang memiliki kemungkinan agar bisa dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Parnomo, 2018, p. 15). Jadi potensi ini sesuatu yang dapat dikembangkan nantinya melalui program kerja dari mahasiswa Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM).

Masyarakat di Desa Gundik 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 Gundik 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 Gundik terdapat salah satu usaha yang masih kecil yaitu usaha kerajinan anyaman berbahan plastik yang dimiliki oleh Ibu Ayu Wulandari. Dalam usaha ini pemasarannya masih kurang maksimal. Pemasarannya masih menggunakan media tradisional yang mengakibatkan kurang berkembangnya usaha kerajinan anyaman ini.

Desa Gundik terdapat beberapa komunitas seperti komunitas Karang Taruna. Mayoritas Komunitas Karang taruna ini masih bersekolah maupun kuliah. Dengan kondisi saat ini yaitu adanya pandemi yang mengharuskan proses belajar dirumah dengan menggunakan gadget. Maka tidak heran apabila banyak komunitas karang taruna yang mahir dalam mengoperasikan media sosial. Selain itu apabila tugas atau pekerjaan sudah selesai komunitas karang taruna ini banyak memiliki waktu luang. Usaha pada kerajinan anyaman dan komunitas pemuda Karang Taruna ini memiliki potensi yang baik apalagi dengan mengembangkan strategi pemasarannya dengan memperkenalkan media pemasaran online bersama dengan komunitas pemuda karang taruna.

### **2. Pelaksanaan Program Pengabdian**

Awal kegiatan pada pengabdian masyarakat di desa Gundik yaitu dengan melakukan observasi pada usaha kerajinan anyaman untuk mengetahui keadaan yang 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 online. Dari hasil

observasi juga ditemukan potensi pada lingkungan usaha anyaman yaitu terdapat komunitas Pemuda Karang Taruna yang memiliki banyak waktu luang yang tidak dimanfaatkan secara produktif. Selain itu juga banyak pemuda yang mahir mengoperasikan gadget. Maka peneliti memutuskan untuk mengadakan program kerja yaitu pengenalan media pemasaran online pada usaha kerajinan anyaman bersama komunitas Pemuda Karang Taruna dengan membuat akun media pemasaran seperti Instagram dan *e-commerce* (Shopee) untuk mengembangkan usaha anyaman dan juga mengisi waktu luang agar lebih produktif.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu tahap observasi, tahap pelaksanaan pengenalan media pemasaran online, dan tahap evaluasi setelah kegiatan yang telah dilaksanakan. Dalam bab ini akan dijelaskan kegiatan inti dari Pengenalan Instagram dan Shopee pada Usaha Anyaman di Desa Gundik, Slahung, Ponorogo. Tahap-tahap tersebut meliputi:

a. Tahap Observasi

Tahap observasi dilakukan pada hari Sabtu, 10 Juli 2021. Dari hasil observasi didapatkan gambaran informasi mengenai pemuda karang taruna terkait pengenalan media pemasaran online, lokasi pelaksanaan pengenalan, strategi pemasaran, serta rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan pada kegiatan pengenalan. Kemudian melakukan sosialisasi kepada pemuda karang taruna melalui penyampaian undangan. Peserta KPM juga berkoordinasi kepada pemilik usaha kerajinan anyaman terkait program kerja yang akan disampaikan kepada komunitas pemuda karang taruna Cokro Guntoro.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan pengenalan media pemasaran online pada usaha anyaman pada hari Kamis, 15 Juli 2021 dan hari Rabu, 21 Juli 2021 di rumah pemilik usaha anyaman desa Gundik yaitu Ibu ayu Wulandari. Kegiatan pengenalan media pemasaran online ini diikuti oleh perwakilan pemuda Karang Taruna Cokro Guntoro yang berjumlah 2 orang dari RT 02 dan RT 03/RW 02 Dukuh Bakalan. Hal ini dikarenakan pembatasan pengumpulan masyarakat karena masa pandemic dan juga terdapat PPKM. Acara pengenalan dimulai pada hari Kamis 15 Juli 2021 pukul 09.00-15.30 sedangkan ikut serta dalam proses pembuatan dilakukan pada hari Rabu 21 Juli 2021 pukul 09.00-12.00.

Pembukaan acara ini dilakukan kira-kira 15 menit yang berisi pengarahan dari Panitia Pengabdian dan pemilik usaha kerajinan anyaman. Setelah acara pembukaan terdapat acara Pemandu pelatihan usaha kepada IRT sekaligus inovasi produk berupa box hantaran mulai dari pukul 09.45-11.45 setelah itu terdapat sesi dokumentasi dan ishoma. Setelah ishoma terdapat acara Pengenalan media pemasaran online ke pengrajin anyaman dan perwakilan pemuda, dokumentasi serta penutupan mulai pukul 13.00-15.30.

c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi setelah kegiatan yang dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan kegiatan dilihat dari: 1) target kehadiran jumlah pemuda yang mengikuti acara pengenalan media pemasaran online; 2) tercapainya tujuan pengenalan; 3) kemampuan pemuda dalam memahami pengenalan media pemasaran online; 4) evaluasi pelaksanaan kegiatan untuk mengetahui ketertarikan dan kepuasan pemuda dan pemilik usaha terhadap seluruh rangkaian kegiatan pengenalan melalui wawancara dan kuesioner.

**Rundown Kegiatan Pelatihan**

<b>Kamis, 15 Juli 2021</b>		
<b>Jam</b>	<b>Acara</b>	<b>Penanggung Jawab</b>
<b>09.00-09.30</b>	Mobilisasi Ibu-ibu Rumah Tangga (IRT) dan Pemuda RT 01 dan RT 03 RW 02	All Panitia KPM-DDR
<b>09.30-09.45</b>	Pembukaan dan Pengarahan	Sedinadia Putri
<b>09.45-11.45</b>	Pemandu pelatihan usaha kepada IRT sekaligus inovasi produk berupa box hantaran	Ibu Ayu Wulandari
<b>11.45-12.00</b>	Dokumentasi	Rodhiya KN dan Siti Aula
<b>12.00-13.00</b>	ISHOMA	Peserta KPM-DDR
<b>13.00-15.00</b>	Pengenalan media pemasaran online ke pengrajin anyaman dan perwakilan pemuda	Siti Hofifah
<b>15.00-15.15</b>	Dokumentasi	Rodhiya KN dan Siti Aula
<b>15.15-15.30</b>	Penutup	Sedinadia Putri
<b>Rabu, 21 Juli 2021</b>		
<b>09.00-12.00</b>	Ikut serta dalam proses pembuatan anyaman	Pengrajin dan All Panitia KPM
<b>Selasa, 03 Agustus 2021</b>		
<b>09.00-10.00</b>	09.00-10.00	09.00-10.00

**3. Hasil Pelaksanaan Kegiatan**

a. Hasil Kegiatan

Kegiatan pelaksanaan program dilakukan di rumah pemilik usaha kerajinan anyaman yaitu Ibu Ayu Wilandari. Pemilihan lokasi di rumah Ibu Ayu karena lebih



strategis dan untuk pengenalan media pemasaran secara online kepada pemudi karang taruna “Cokro Guntoro” serta dalam proses pengambilan gambar produk lebih mudah karena pembuatan produk serta produk yang sudah jadi terdapat dirumah Ibu Ayu wulandari.

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* dan *e-commerce* (Shopee) kepada pengrajin anyaman beserta perwakilan pemudi karang taruna cokro guntoro, selanjutnya mendokumentasi produk untuk dijadikan promosi dan diunggah di akun yang sudah dibuatkan.



Gambar 1.1 Tahap awal pengenalan media pemasaran online



Gambar 1.2 Pembuatan akun *e-commerce* (Shopee)



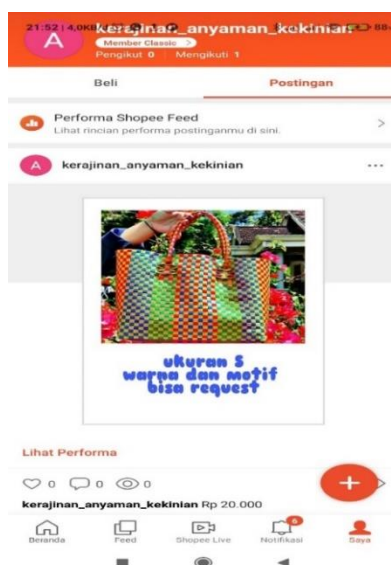
Gambar 1.3 Pembuatan akun Instagram



Gambar 1.4 Tahap mengambil gambar produk



Gambar 1.5 Tahap promosi produk pada media Instagram



Gambar 1.5 Tahap promosi produk pada media e-commerce (Shopee)

#### b. Evaluasi Pasca Kegiatan

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian setelah evaluasi dengan melakukan wawancara dan pembagian kuesioner kepada pemilik pengrajin anyaman dan pemuda karang taruna cokro guntoro yaitu:

##### 1) Target kehadiran jumlah pemuda

Target jumlah peserta pemuda yang mengikuti pengenalan media pemasaran yaitu semua pemuda cokro guntoro. Namun dalam hal ini tidak memungkinkan hadir semua untuk mengikuti kegiatan ini dikarenakan masa pandemi dan juga terdapat PPKM yang tidak membolehkan mengumpulkan massa. Maka yang hadir mengikuti pengenalan ini hanya perwakilan pemuda yaitu berjumlah 2 orang dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Akan tetapi nantinya yang ikut serta dalam mengelola media pemasaran bisa semua pemuda dari cokro guntoro.

##### 2) Ketercapaian tujuan pengenalan

Tujuan pengenalan media pemasaran online ini adalah untuk mengembangkan usaha kerajinan anyaman milik Ibu Ayu Wulandari serta mendorong pemuda karang taruna memanfaatkan waktu luang dengan digunakan secara produktif. Selain itu juga apabila terdapat pesanan yang banyak maka terdapat yang menghandle. Pengenalan media pemasaran online ini antara lain membuat akun seperti instagram dan *e-commerce (Shopee)*. Dari pengenalan diatas sudah dijelaskan proses pemakaian media pemasaran dari tahap foto produk, pembuatan katalog guna promosi, pengunggahan foto sampai ke penerimaan pesanan dan proses pengiriman.

##### 3) Kemampuan pemuda dan pemilik anyaman dalam memahami penjelasan

Dengan waktu pelaksanaan yang lumayan singkat, pemuda dan pemilik kerajinan dapat memahami penjelasan mengenai media online yang akan

digunakan untuk media pemasaran. Tidak ada kesulitan dalam memahami semua penjelasan dan cara penggunaan media pemasarannya. Pelaksanaan praktek setelah dilakukannya penjelasan dan juga pembuatan akun pemasaran guna meningkatkan pengetahuan peserta. Secara umum pelatihan ini meningkatkan pengetahuan mengenai media pemasaran online dan juga meningkatkan pengetahuan dalam mengatur manajemen pemasaran.

#### 4) Evaluasi pelaksanaan kegiatan

Dari semua kegiatan yang telah dilaksanakan dievaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan mengenai pengenalan media pemasaran online. Evaluasi dilakukan dengan pemilik usaha kerajinan anyaman dan pemudi Karang Taruna Cokro Guntoro melalui wawancara dan menyebarkan kuesioner. 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 dan juga pemudi Karang Taruna Cokro Guntoro untuk kedepannya yaitu meningkatkan penghasilan, manajemen pemasaran tertata serta memberikan pengalaman bagi para pemudi dan juga pemilik.

Kriteria penilaian kepuasan dan ketertarikan pemudi Karang Taruna Cokro Guntoro dalam mengikuti serta menjalankan kegiatan yang diadakan mahasiswa KPM mengenai kegiatan pengenalan menggunakan 4 skala likert yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dari data yang sudah diperoleh secara umum menyetujui dan kesulitan pemudi Karang Taruna Cokro Guntoro terhadap kegiatan pengenalan media pemasaran online dengan rincian 70% menyatakan sangat setuju, 25% menyatakan setuju, 5% menyatakan tidak setuju.

Dengan demikian dari hasil wawancara dan kuesioner di atas maka dapat dilihat dari pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program kerja yang diselenggarakan oleh peserta kuliah pengabdian masyarakat ini menyetujui dan juga tidak mengalami kesulitan. Karena program kerja yang dibuat ini memberikan manfaat yang banyak bagi usaha maupun pihak yang dilibatkan. Dan berharap untuk kedepannya dapat berjalan dengan baik dan dapat membangun jiwa kewirausahaan masyarakat Desa Gundik lebih baik lagi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hasil yaitu:

1. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan dampak yang positif bagi usaha kerajinan anyaman yaitu mengembangkan usaha kerajinan anyaman serta meningkatkan penghasilan untuk kedepannya.
2. Kegiatan yang dilaksanakan dengan mengikut sertakan pemudi Karang Taruna Cokro Guntoro mengenai pengenalan media pemasaran online dapat memberikan dampak yang

positif yaitu pemuda dapat menggunakan waktu luangnya untuk kegiatan yang produktif serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pemasaran secara online.

3. Kegiatan kuliah pengabdian masyarakat ini memberikan pengaruh baik bagi peserta dan juga pemilik usaha karena mendapatkan pengalaman, pengetahuan, dan wawasan baru dari kegiatan ini.
4. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dapat dikatakan berhasil yaitu dengan melihat pemahaman peserta (pemudi cokro guntoro dan juga pemilik usaha kerajinan anyaman) terhadap pengenalan media pemasaran online merasa puas serta tertarik dalam kegiatan ini, selain itu juga peserta tidak mengalami kesulitan dalam hal ini.

## REFERENSI

- Agustine, D., Windyadari, V. S., & Rismaningsih, F. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Desa Rancagong. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT TEKNIK (JPMT)*, Volume, 3, 63–64. <https://doi.org/10.24853/jpmt.3.2.57-64>.
- Aini, S. S. U. dan N. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Handycraft Mama Art Deco. *INTERVENSI KOMUNITAS Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume. 1, 32.
- Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Juhari, J., Widayat, R. M., & Mujiyana, M. (2020). Pengembangan Kerajinan Anyaman Palitan, Di Dusun Nglengkong, Desa Giripurwo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 491. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2808>
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN PONOROGO. (2021). *PEDOMAN KULIAH PENGABDIAN MASYARAKAT DARING DARI RUMAH (KPM-DDR)*. Ponorogo: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAIN PONOROGO.
- Lesmana, I. P. D., Widiawan, B., & Hartadi, D. R. (2018). Pengembangan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Antirogo Jember melalui Media Internet. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Volume. 1, 24.
- Mardia, M. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nanik Susanti, Y. irawan dan W. A. T. (2019). Pendampingan E-Commerce Bagi Pengrajin Tas. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, Volume. 1, 50.
- Noor, Z. Z. (2021). *BUKU REFERENSI STRATEGI PEMASARAN 5.0*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Parnomo, N. M. dan A. (2018). *Menggali Potensi Desa Berbasis Ekonomi Kerakyatan*. Surabaya: CV. Jakad.