

Pendampingan Kelompok Usaha Pemasaran Online Industri Kreatif

Aris Slamet Widodo¹, Bambang Wahyu Nugroho²

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

² Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

aris.sw@umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.44.653

Abstrak

Sekelompok pemuda Dusun Soka berinisiatif membentuk usaha pemasaran online dengan nama SOKO DIGITAL untuk membantu memasarkan berbagai produk industri kreatif yang ada. Permasalahan yang muncul adalah kelembagaan SOKO DIGITAL yang belum bagus, kemampuan SOKO DIGITAL dalam pemasaran online belum terampil dan masyarakat belum mengenal pemasaran online. Tujuan pengabdian adalah (1) penguatan kelembagaan kelompok usaha pemasaran online SOKO Digital, (2) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok usaha pemasaran online tentang pasar digital dan SEO, (3) memberdayakan dan menggerakkan masyarakat pelaku industri kreatif agar mampu memproduksi barang yang terstandar dan layak jual serta bersedia memasarkan secara online. Teknik pendampingan dengan menggunakan metode kombinasi antara luring dan daring, memanfaatkan aplikasi atau media informasi online yang familier dengan masyarakat. Proses pemberdayaan menggunakan metode Participatory Rural Appraisal (PRA). Hasil pendampingan terhadap kelompok Soka Digital adalah mitra sudah mengenal marketplace dan media sosial, terjadi peningkatan pengetahuan tentang SEO, dan mitra memiliki keterampilan desain kemasan dan logo.

Kata kunci: pemasaran online, industri kreatif, pemberdayaan

Pendahuluan

Desa Seloharjo merupakan wilayah yang terletak di Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini terletak pada ketinggian 120–230 mdpl dengan topografi daratan rendah di beberapa tempat dan dataran tinggi di seputaran Dusun Biro dan terbagi menjadi enam belas padukuhan, yaitu Dukuh, Nambangan, Pentung, Darmojurang, Boboktempel, Geger, Soka, Karangasem, Ngentak, Biro Kalipakem, Blali, Ngreco, Poyahan, Jelapan, dan Kalinampu. Luas wilayah Desa Seloharjo 11.105.550 Ha yang terletak pada titik koordinat 7° 59' 34" LS 110° 20' 05" BT. Secara administratif, Desa Blali dibatasi oleh (a) batas sebelah utara: Desa Panjangrejo, (b) batas sebelah selatan: Desa Girijati, (c) batas sebelah timur: Selopamioro, (d) batas sebelah barat: Parangtritis. Kondisi jalan di Desa Seloharjo sebagian besar sudah beraspal. Mengenai jaringan listrik, di Desa Seloharjo sudah tersedia jaringan listrik dan jaringan telekomunikasi.

Potensi sumber daya alam yang ada di Desa Seloharjo adalah pertanian, perikanan, dan peternakan. Komoditas pertanian yang ada di Desa Seloharjo antara lain padi, ketela pohon, jagung, sayur-mayur, kacang panjang dan bawang merah, serta buah-buahan (pisang dan jambu). Komoditas perikanan yang ada di Desa Seloharjo adalah ikan air tawar, terutama ikan lele. Kemudian, untuk peternakan ternak yang dipelihara di Desa Seloharjo di antaranya adalah ayam, itik, sapi, dan kambing.

Saat terjadi gempa tektonik pada 2006 di Kabupaten Bantul, wilayah Kecamatan Pundong merupakan wilayah yang terdampak paling parah. Kondisi tersebut mengundang (banyak) kontribusi bantuan dari luar dalam usaha penanganan dan pemulihan pascabencana. Berbagai Lembaga Swadaya Masyarakat dengan berbagai program telah hadir, mulai dari usaha terkait

pertanian, peternakan, kerajinan, hingga pariwisata. Salah satu yang berkembang sampai dengan saat ini adalah industri usaha kreatif, baik kerajinan, kuliner, maupun wisata. Contohnya antara lain wisata air terjun, kuliner manggleng, bakpia, bakso ayam, dll. Sesuai dengan pendapat Supriyadi (2007), pada dasarnya, salah satu upaya dalam mengembangkan perekonomian warga adalah melalui pengolahan potensi alam yang dimiliki oleh masyarakat sekitar sebagai bahan baku menjadi barang jadi melalui aktivitas industri.

Sekelompok pemuda Dusun Soka berinisiatif membentuk usaha pemasaran *online* untuk membantu memasarkan berbagai produk industri kreatif yang ada. Hal tersebut dilatarbelakangi letak Desa Seloharjo yang jauh dari kota sehingga untuk memasarkan produk maka harus digunakan pasar *online*. Kelompok ini berharap tidak hanya memasarkan produk industri kreatif Dusun Soka saja, tetapi juga produk di Kecamatan Pundong. Annysa (2018) menyampaikan bahwa produk pertanian dengan lokasi yang jauh dari perkotaan memerlukan pasar *online* untuk bisa keluar daerah, bahkan pasar luar negeri.

Toko *online* (*online store*) dapat didefinisikan sebagai tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan yang dikenal dengan jaringan internet (Yusuf, 2012). Dalam perkembangannya, SOKO DIGITAL akan mengarah pada toko *online* yang memanfaatkan jaringan internet. Berdasarkan permasalahan tersebut, rancangan solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut.

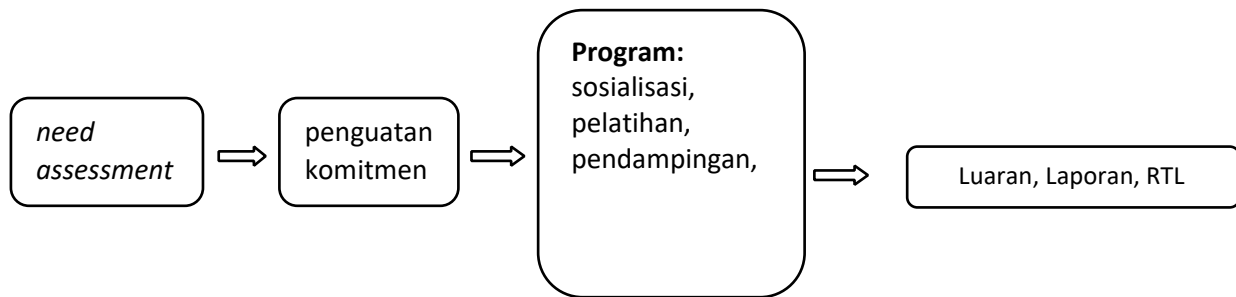
- 1) Penguatan kelembagaan kelompok usaha pemasaran *online* SOKO Digital dengan menetapkan visi, misi, dan tujuan organisasi, dilanjutkan dengan pembentukan struktur kelembagaan dan pembagian peran? *Jobdesc*.
- 2) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok usaha pemasaran *online* tentang pasar digital dan SEO, dengan mengadakan seminar tentang peluang pasar digital dan pelatihan teknik SEO.
- 3) Memberdayakan dan menggerakkan masyarakat pelaku industri kreatif agar mampu memproduksi barang yang terstandar dan layak jual serta bersedia memasarkan secara *online*. Hal ini dilakukan dengan mengenalkan/sosialisasi keberadaan kelompok SOKO Digital dan pendampingan SOP produksi dan kemasan (*packaging*).

Tujuan program pendampingan usaha pemasaran *online* antara lain:

- 1) penguatan kelembagaan kelompok usaha pemasaran *online*,
- 2) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok usaha pemasaran *online* tentang pasar digital dan SEO (*Search Engine Optimization*), serta
- 3) memberdayakan dan menggerakkan masyarakat pelaku industri kreatif agar mampu memproduksi barang yang terstandar dan layak jual serta bersedia memasarkannya secara *online*.

Metode Pelaksanaan

Untuk mewujudkan tujuan tersebut, metode dan tahapan pelaksanaan pemberdayaan adalah dengan tahapan sebagai berikut.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan program

1. *Need Assessment*

Need assessment adalah pengkajian yang dilakukan untuk mendapatkan temuan potensi dan permasalahan yang ada di masyarakat, sebelum tim fasilitator menyusun program. Pengkajian dilakukan di setiap awal observasi agar tim fasilitator mendapatkan informasi tentang kondisi dan kesiapan masyarakat secara utuh. Pada tahap *need assessment* ini tim akan melakukan kajian terhadap kehidupan keseharian masyarakat, pandangan dan respons masyarakat terhadap program pasar digital (dibandingkan dengan pemasaran yang sudah dilakukan), bagaimana organisasi dan kepengurusan berjalan, pelatihan yang pernah didapat berikut penerapan, kegiatan kampanye penyadaran yang sudah terlaksana, dan hal-hal lain seputar kondisi masyarakat setempat. *Assesment* dilakukan dengan berbagai teknik, antara lain: survei, observasi, wawancara, dan *focused group discussion* (FGD).

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan PRA (*Participatory Rural Appraisal*), sehingga masyarakat dilibatkan untuk melihat dirinya sendiri dan memetakan apa yang menjadi kekuatan serta kebutuhan mereka sendiri. Pendekatan PRA memungkinkan keterlibatan secara utuh dari berbagai unsur dan lapisan sosial yang ada di masyarakat. Hasil *need assessment* akan menjadi dasar penyusunan program.

2. Penguatan Komitmen

Komitmen bersama di kelompok SOKO digital dilakukan untuk mendukung, mengawal, dan memastikan program berjalan lancar dan mendapat kontribusi dari semua pihak yang terlibat. Penyusunan komitmen bersama ini melibatkan unsur masyarakat seperti tokoh masyarakat, lembaga masyarakat dan perwakilan masyarakat/pelaku usaha. Pada tahap ini tim fasilitator akan menyampaikan hasil temuan dari *need assessment* dan usulan program berdasarkan temuan tersebut. Hasil kegiatan ini adalah terbangunnya komitmen dalam masyarakat (termasuk dengan tim fasilitator) mengenai:

- perubahan yang diharapkan,
- program yang akan dilaksanakan,
- dukungan dan partisipasi masyarakat,
- pihak-pihak yang akan dilibatkan, serta
- kesepakatan-kesepakatan.

3. Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program mengacu pada kesepakatan bersama mengenai perencanaan program, antara masyarakat dengan tim fasilitator, pada tahap penguatan komitmen. Program yang dapat dilaksanakan antara lain sebagai berikut.

a. Sosialisasi

Berdasarkan pada tujuan pemberdayaan ini yaitu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya pasar digital/*online*, maka perlu dilakukan sosialisasi terhadap masyarakat. Kegiatan sosialisasi digunakan untuk “mentransfer” pengetahuan. Bentuk kegiatan sosialisasi dapat dilakukan dengan menggunakan media informasi *online* yang saat ini sudah berkembang di masyarakat yaitu WhatsApp (WA). Fasilitator akan membuat desain media kampanye seperti *leaflet* digital dan video untuk memudahkan masyarakat dalam memahami materi sosialisasi.

b. Program Pelatihan

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kelompok SOKO Digital terkait SEO dalam memasarkan produk secara *online*. Pemilihan jenis pelatihan bergantung pada hasil *need assessment* dan penguatan komitmen. Pelatihan disesuaikan dengan tingkat pencapaian masyarakat dalam mempraktikkan pemasaran *online*. Pelatihan menggunakan metode pendidikan orang dewasa (*andragogic learning*) sehingga peserta lebih aktif dan materi lebih mudah terapkan. Jenis pelatihan yang akan dilaksanakan:

- pengenalan pasar digital
- teknik SEO.

c. Program Pendampingan

Pendampingan merupakan program inti dari keseluruhan program. Pendampingan dilakukan agar proses perubahan yang terjadi pada masyarakat berjalan dengan baik dan kebutuhan belajar bisa terfasilitasi secara optimal. Muatan pendampingan menyesuaikan proses yang telah terjadi di masyarakat, mengacu pada hasil *need assessment*. Tahapan proses pendampingan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

- 1) Pembentukan kelompok SOKO digital
- 2) Kapasitasi manajemen organisasi bagi pengelola
- 3) Pendampingan pelaksanaan pemasaran secara *online*

4. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan untuk memastikan apakah program berjalan sesuai perencanaan. Evaluasi dilakukan untuk mendapatkan hikmah ajar dari setiap tahap yang terlaksana maupun tidak terlaksana, sehingga dapat membuat perencanaan yang lebih baik serta menyusun langkah antisipasi untuk kegiatan berikutnya. Pelaksanaan *monitoring* dan evaluasi sebagai berikut.

- Monitoring dilakukan secara berkala setiap bulan sekali
- Evaluasi dilakukan setiap akhir pelaksanaan kegiatan
- Evaluasi general dilakukan akhir keseluruhan program

5. Pelaporan

Pelaporan dilaksanakan pada bulan terakhir. Pelaporan disertai dengan rekomendasi untuk terselenggaranya upaya pilah sampah mandiri secara lebih optimal, bagi masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

1. Soko Digital

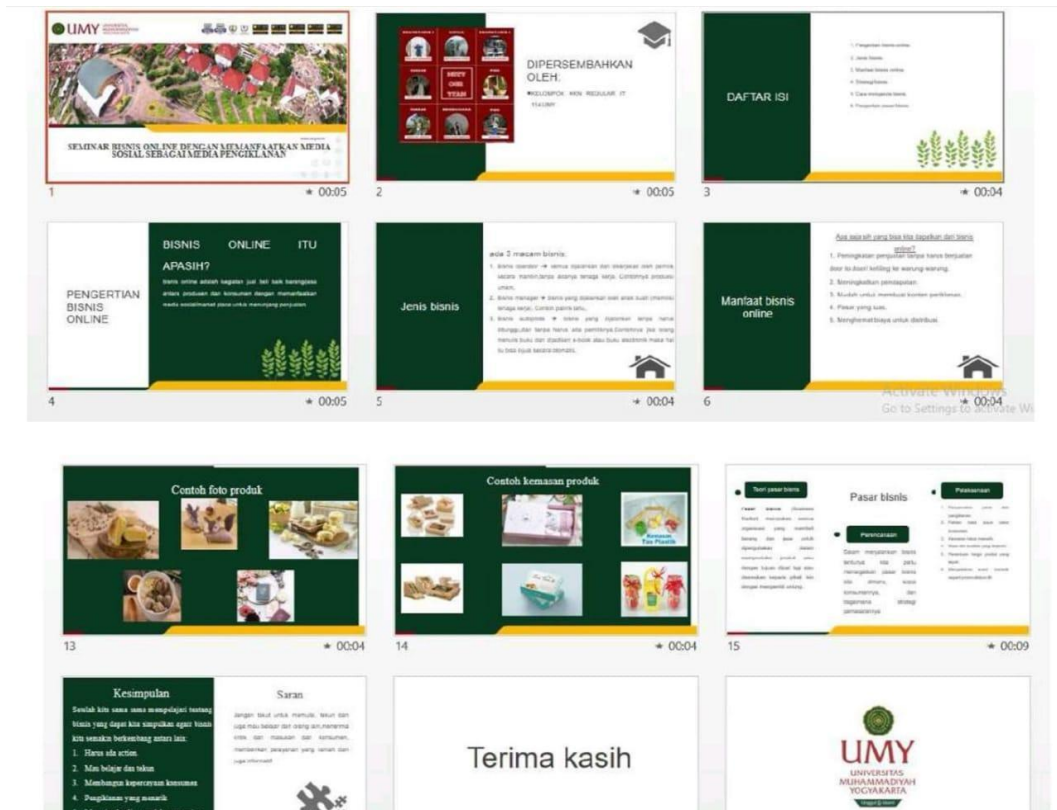
Berdirinya kelompok ini pada Oktober 2020 berawal dari keresahan para kader masyarakat dan pemuda Dusun Soka yang melihat kondisi masyarakat terutama pelaku UMKM semasa pandemi. Omzet penjualan yang menurun drastis bahkan sebagian sudah gulung tikar karena tidak mampu bertahan. Hal tersebut dikarenakan para pelaku UMKM Dusun Soka belum memanfaatkan media sosial dan *marketplace* untuk mempromosikan dan menjual produk mereka.

Soka digital berniat membantu pelaku UMKM Dusun Soka untuk berjualan secara *online*. Harapan dari Soka Digital adalah menjadi kelompok pendamping UMKM yang mampu meningkatkan penjualan, mengembangkan bisnis *online*, dan meningkatkan kualitas produk. Terkait dengan hal tersebut, pendampingan yang dilakukan terdiri dari 3 hal yaitu pengenalan *marketplace* dan media sosial, peningkatan pengetahuan tentang SEO, dan pelatihan desain kemasan dan logo.

2. Pengenalan *Marketplace* dan Media Sosial untuk Pengiklanan dan Penjualan Produk

Program pengenalan *marketplace* dan juga penggunaan media sosial kami fokuskan pada organisasi sosial SOKA DIGITAL, tetapi kami juga turut mengundang mitra UMKM lainnya untuk menambah wawasan anggota. Kami fokus pada SOKA DIGITAL karena nantinya diharapkan kelompok ini dapat menjadi naungan bagi para UMKM Dusun Soka, Seloharjo.

Kegiatan dilaksanakan pada Ahad, 31 Januari 2021, pukul 10.00–12.00 WIB, di rumah Kepala Dukuh Soka. Kegiatan tersebut dihadiri oleh pengurus dan anggota kelompok Soka Digital, perwakilan UMKM, dan pemuda Dusun Soka. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh Mahasiswa KKN, dilanjutkan dengan sambutan dari tim pengabdian dan kepala dusun. Acara dilanjutkan dengan penjelasan terkait *marketplace* dan media sosial sebagai sarana oleh tim pengabdian yang diikuti dengan tanya jawab. Kegiatan dilaksanakan secara *offline*



Gambar 2. Materi pelatihan pengenalan *marketplace* dan media sosial

3. Seminar SEO *Marketplace*

Kegiatan berikutnya adalah seminar SEO *marketplace*. Tim pengabdian akan mendampingi Soka Digital dalam membuat akun sebagai tempat penjualan atau *marketplace* utama. Tim pengabdian mengajarkan penggunaan Shopee, seperti memasang promo, membuat *voucher* toko, kemudian juga mendaftar gratis ongkir, lalu untuk pembuatan akun Facebook, Instagram dan juga WhatsApp bisnis. Selain itu, tim pengabdian juga mengajarkan pembuatan *link* untuk mempermudah *customers* dalam melakukan transaksi dan menghubungi penjual.

Selain itu, tim pengabdian juga memfasilitasi pengadaan seminar SEO *marketplace* yang diselenggarakan oleh LP3M UMY untuk menambah wawasan mitra. Diharapkan dengan adanya seminar dan ilmu yang sudah diberikan penjualan mitra dapat meningkat atau menambah omzet penjualannya. Kegiatan seminar ini diadakan pada Kamis, 4 Februari 2021, pukul 9.00–12.00 WIB. Kegiatan seminar SEO *marketplace* ini merupakan hasil kerja sama LP3M dan tim pengabdian dengan menghadirkan CEO yaitu Bapak Sudarmanto dari Pemalang, Jawa Tengah. Kegiatan dilaksanakan secara *online* melalui aplikasi Zoom Meeting dan tim pengabdian menyediakan proyektor untuk memudahkan dalam memahami materi secara bersama-sama dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Kegiatan dilaksanakan di rumah Bapak Dukuh Soka, Seloharjo, Pundong. Peserta yang hadir sejumlah 19 orang yang terdiri dari Kepala Dusun Soka, kader masyarakat, perwakilan pemuda, dan kelompok Soka Digital.



Gambar 3. Seminar CEO *marketplace* secara online



Gambar 4. Peserta pelatihan “Soka Digital”

Selain itu, tim pengabdian juga ikut serta dalam EXPO akbar yang diselenggarakan oleh pihak LP3M untuk membantu mempromosikan produk. Langkah selanjutnya adalah diajarkannya mitra untuk mengatur *feed* Instagram yang baik, seperti pembuatan *caption*, foto produk, pemberian *link* pada *caption*—yang diharapkan dapat meningkatkan minat beli calon pelanggan. Dalam hal ini, tim pengabdian juga memfasilitasi pengadaan perangkat yaitu sebuah *handphone* Android untuk

menunjang kinerja SOKA DIGITAL dan juga pengadaan etalase produk untuk *display* produk.

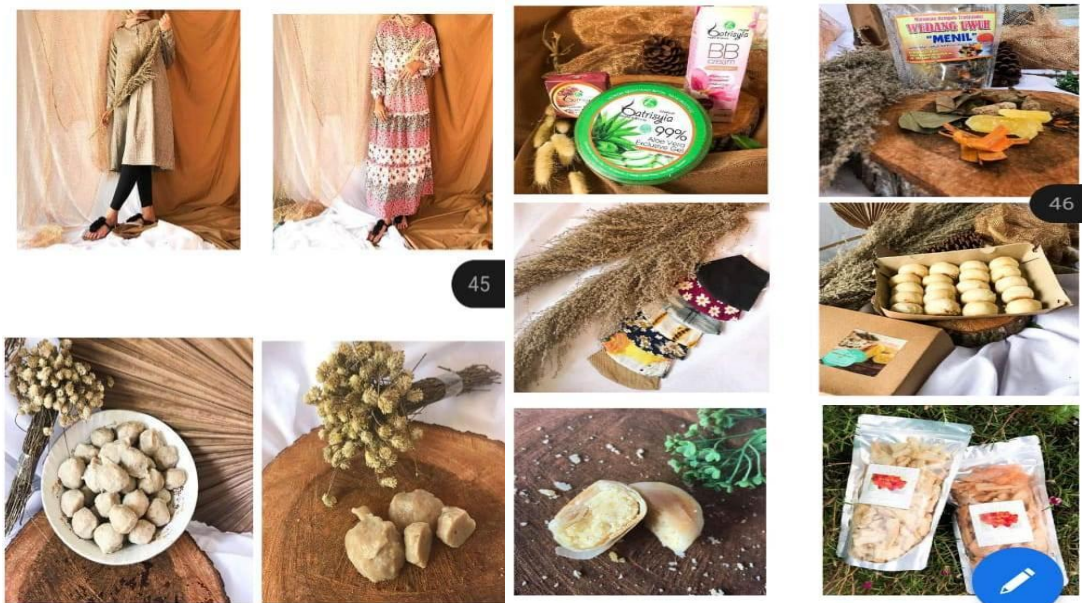


Gambar 5. Penyerahan *handphone* Android dan Etalase *Display* oleh Dr. Aris Slamet Widodo kepada Pengurus Soka Digital

4. Pelatihan Desain Kemasan dan Logo Produk

Kegiatan pengabdian selanjutnya adalah pelatihan pembuatan desain kemasan dan logo. Sesuai dengan hasil pelatihan SEO *marketplace* bahwa kemasan dan logo sangat penting dalam memengaruhi minat konsumen di pasar *online*. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku UMKM yang akan memasarkan secara *online* perlu membuat desain kemasan dengan menarik dan logo yang mudah dikenal.

Pelatihan desain dilaksanakan oleh tim pengabdian sendiri dan kegiatan dilaksanakan pada Ahad, 14 Februari 2021, pukul 10.00–12.00 WIB. Peserta kegiatan adalah pengurus dan anggota Soka Digital, serta pelaku UMKM kerupuk manggleng, bakpia, dan bakso tusuk. Peserta sangat antusias dengan kegiatan ini karena selain materi, peserta juga dapat mempraktikkannya langsung.



Gambar 6. Hasil foto desain *packaging* produk UMKM

Simpulan

Pendampingan terhadap kelompok Soka Digital bertujuan untuk penguatan kelembagaan dan peningkatan pengetahuan serta keterampilan didalam melakukan pemasaran *online* produk UMKM di Dusun Soka dan sekitarnya. Kegiatan yang telah dilaksanakan adalah pengenalan *marketplace* dan media sosial, peningkatan pengetahuan tentang SEO, dan pelatihan desain kemasan dan logo. Kegiatan diikuti oleh pengurus dan anggota kelompok Soka Digital dan UMKM di Dusun Soka. Setelah dilaksanakan rangkaian kegiatan pengabdian, peserta merasa telah terjadi peningkatan pengetahuan tentang *marketplace* dan keterampilan desain kemasan.

Ucapan Terima Kasih

1. Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M), Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Kepala Dusun Soka, Seloharjo, Pundong
3. Ketua Soka Digital
4. Warga Dusun Soka

Daftar Pustaka

Annysa Endriastuti, Maurisia Putri Permatasari. 2018. "Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko *Online* dan Pengenalan *m-commerce* pada Produk Unggulan Jagung Tortila di Kecamatan Trucuk, Bojonegoro". *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Volume 1 Nomor 2

Tahun 2018. p-ISSN: 2598-1218 e-ISSN: 2598—1226 56. Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga.

Supriyadi, Edy. 2007. “Telaah Kendala Penerapan Pengembangan Ekonomi Lokal: Pragmatisme dalam Praktik Pendekatan PEL”. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 18 (2): 103—123.

Yusuf, Muhammad dan Yusuf, Achmad. 2012. *1 Jam Membuat Toko Online dengan Joomla Virtuemart*. Yogyakarta: Expert.