

PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA KELOMPOK PENGRAJIN PEMULA SASIRANGAN DESA SEI JINGAH

Ayu Ahadi Ningrum^{1*}, Finki Dona Marleny², Rudy Ansari³, Windarsyah⁴, Kamaruddin⁵,
Mukhaimy Gazali⁶, Nahdi Saubari⁷, Ihdalhubbi Maulida⁸

Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Banjarmasin^{1,2,3,4,5}

ayuahadi@umbjm.ac.id¹

finkidona@umbjm.ac.id²

rudy@umbjm.ac.id³

windarsyah@umbjm.ac.id⁴

kamarudin@umbjm.ac.id⁵

ABSTRACT

Sasirangan is a typical fabric from South Kalimantan which has very good potential in the market. Hundreds of industrial sasirangan artisans from home, micro and small scale have begun to develop in South Kalimantan with a total turnover of hundreds of millions per month. The rapid development of this industry is also directly proportional to the competition in the Banua specialty cloth market which is also becoming increasingly fierce. This digital marketing training community service activity aims to provide understanding regarding technology-based product marketing and skills using technology to novice sasirangan craftsmen. Participants involved in this digital marketing training community service consisted of 15 people who were sasirangan fabric craftsmen in Sasirangan Village, Sei Jingah Banjarmasin. Materials in an effort to develop technology-based businesses for Sasirangan Craftsmen in Sei Jingah Village through digital marketing training include: 1) Fostering an entrepreneurial spirit and providing inspiration for online business success, 2) Sharing sessions, 3) Digital marketing training (through social media and e-commerce).

Keywords: Digital Marketing, Artisans, UMKM, Sasirangan.

ABSTRAK

Sasirangan merupakan kain khas Kalimantan Selatan yang memiliki potensi pasar yang sangat bagus. Ratusan industri perajin sasirangan dari industri rumah tangga, skala mikro dan makro sudah mulai berkembang di Kalimantan Selatan dengan total omzet ratusan juta per bulan. Pesatnya perkembangan industri ini juga berbanding lurus dengan persaingan di pasar kain khusus Banua yang juga semakin ketat. Kegiatan pengabdian masyarakat pelatihan pemasaran digital ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pemasaran produk berbasis teknologi dan keterampilan menggunakan teknologi kepada pengrajin sasirangan pemula. Peserta yang terlibat dalam pelatihan pengabdian masyarakat digital marketing ini terdiri dari 15 orang yang merupakan pengrajin kain sasirangan di Desa Sasirangan, Sei Jingah Banjarmasin. Materi dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi bagi Pengrajin Sasirangan di Desa Sei Jingah melalui pelatihan digital marketing antara lain: 1) Menumbuhkan jiwa wirausaha dan memberikan inspirasi kesuksesan bisnis online, 2) Sharing session, 3) Pelatihan digital marketing (melalui sosialisasi media dan e-commerce).

Kata Kunci: Digital Marketing, Pengrajin, UMKM, Sasirangan.

PENDAHULUAN

Kondisi pandemi yang mulai melanda hampir seluruh dunia pada awal tahun 2020 berdampak pada berbagai sektor di seluruh dunia. Pelaku usaha khususnya UMKM lah yang paling merasakan dampaknya. Hampir semua UMKM merasa tertantang untuk bertahan dalam menghadapi pergeseran pasar dan persaingan antar produsen yang semakin ketat. Dengan berbagai permasalahan dan kondisi pasar yang tidak menentu, tidak sedikit UMKM yang gulung tikar. UMKM harus cepat beradaptasi dengan mengikuti transisi dari pasar offline ke pasar online untuk mengantisipasi kebijakan pembatasan pergerakan di masa pandemi ini. (Sugiarti, Sari, & Hadi, 2020).

Kalimantan Selatan merupakan kepadatan penduduk tertinggi di Pulau Kalimantan. Daerah ini memiliki kain khas yang disebut kain sasirangan. Sasirangan memiliki potensi pasar yang sangat baik. Ratusan industri perajin sasirangan dari skala rumahan, mikro, dan kecil mulai berkembang di Kalsel dengan omzet yang sangat baik setiap bulannya. (Basuki, Zamrudi, & Hairul, 2019).

Berdasarkan data Pemerintah Kota Banjarmasin pada tahun 2018, nilai produksi kain Sasirangan sudah melebihi Rp. 11.934.000.000 (Jumriani, 2018). Pesatnya perkembangan industri ini juga berbanding lurus dengan persaingan di pasar kain khusus Benua. Hal ini juga menjadi semakin sengit. Daerah lain, seperti Jawa, memiliki kain khas yang disebut batik, dibuat dari karya menggunakan pewarna alam. Proses pewarnaan sasirangan menggunakan bahan dari alam. Kain ini identik dengan warna dan motif khas tradisional. Adapun warna merahnya dari kulit atau akar mengkudu atau rempah-rempah alami (Nugraheni & Rahmattullah, 2021).

Digital Marketing merupakan hasil perpaduan antara dunia pemasaran dan teknologi informasi yang mempromosikan produk dan jasa melalui dunia maya. Di era digitalisasi ini, tidak dapat dipungkiri bahwa pasar dunia maya lebih menjanjikan karena kecenderungan masyarakat yang semakin tidak dapat dipisahkan dari media sosial (Muttalib, Sibawai, & Siwi, 2021). Dalam sebuah penelitian terkait UKM menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan keuntungan dalam bisnis mereka, 90% dari mereka setuju bahwa media sosial memiliki peran penting dalam bisnis mereka. Facebook, Instagram, dan YouTube mampu mendorong kemitraan baru sebesar 59%, mendorong peningkatan penjualan sebesar 48%, dan mengurangi biaya pemasaran sebesar 58% (Claudia, Anisah, & Yulianti, 2019).

Data Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan sekitar 8% baru saja menggunakan digital marketing untuk memajukan usahanya. Sebaliknya, fakta di lapangan menunjukkan bahwa digital marketing mampu meningkatkan pendapatan UMKM hingga lebih dari 25%. Pengrajin sasirangan di Desa Sei Jingah memiliki kendala dalam menggunakan pemasaran berbasis teknologi. Padahal di era sekarang ini, teknologi merupakan kebutuhan yang signifikan dalam setiap aspek kehidupan manusia modern (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

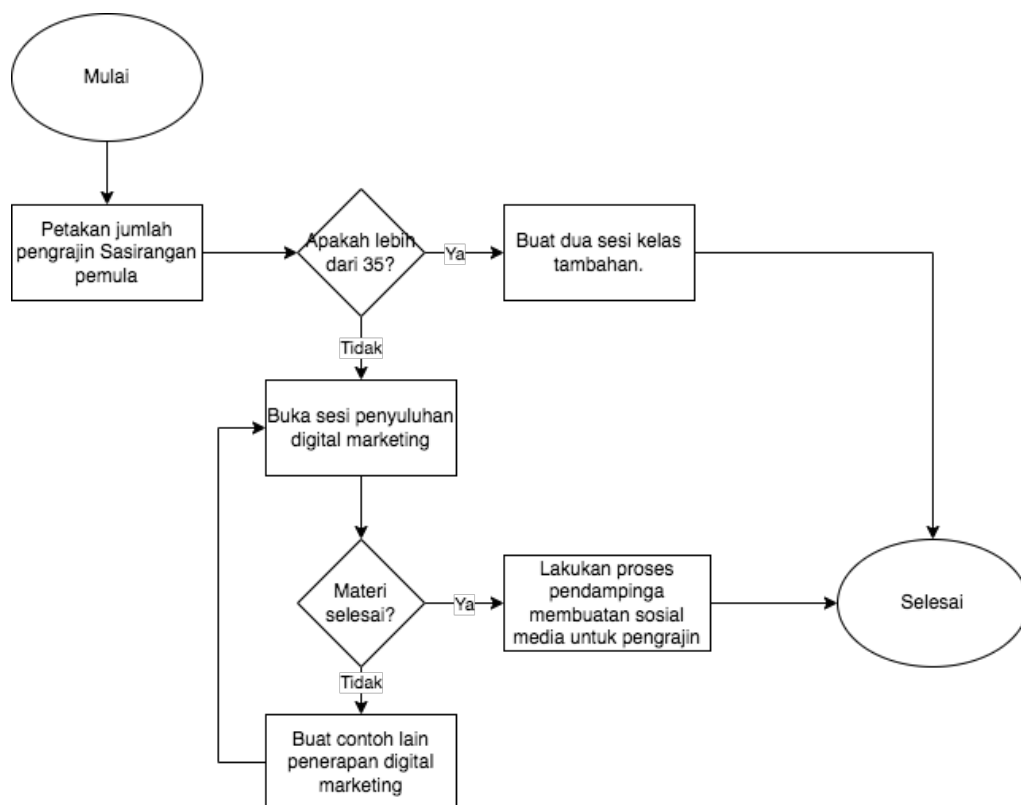
Langkah-langkah yang digunakan dalam penerapan digital marketing adalah

memberikan materi tentang pengembangan bisnis berbasis teknologi. Secara spesifik, ada tiga langkah dalam proses penerapan digital marketing ini, yaitu: 1) pengenalan media pasar online, 2) memberikan pandangan tentang prospek pertumbuhan bisnis online, 3) memberikan pelatihan penggunaan media sosial dan bisnis online. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa banyak perajin Sasirangan yang menjalankan usahanya secara offline tanpa bantuan teknologi.

METODE KEGIATAN / SOLUSI / TEKNOLOGI /

Metode yang digunakan dalam pengabdian dapat dilihat pada gambar 1. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pengumpulan informasi mengenai sejarah lokasi Desa Sungai Jingah, latar belakang budaya masyarakat setempat, dan jumlah perajin yang dapat menghadiri acara ini. Desa Sungai Jingah terletak di kota Banjarmasin, provinsi Kalimantan Selatan. Ada sekitar 20 pengrajin di desa pengrajin Sasirangan.

Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan berbagai artikel tentang sejarah, karakteristik kain sasirangan, dan teknik yang digunakan dalam pemasaran digital. Pada tahap implementasi, kami menyarankan menjadi beberapa sesi. Hal ini bertujuan untuk memudahkan dalam mengevaluasi tingkat pemahaman dan praktik masing-masing perajin.



Gambar 1. Flowchart Metode Pelaksanaan Pengabdian tentang Digital Marketing

Program ini bertujuan untuk mengenalkan para pengrajin pemula dalam membaca peluang bisnis yang lebih luas dengan melibatkan teknologi. Jika dalam pemasaran konvensional dapat dijangkau dengan menggaet pasar area sekitar maka harapannya dengan penerapan Digital Marketing mampu dapat menjangkau pasar sampai berbeda pulau.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perdagangan online atau yang dikenal dengan E-commerce semakin diminati masyarakat sejak pandemi melanda. Konsep e-commerce yang ditawarkan pada sebuah website adalah untuk mempermudah proses jual beli dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan banyaknya kemudahan yang ditawarkan dan luasnya jaringan pemasaran, penjual dan pembeli semakin berlomba-lomba dalam melakukan transaksi jual beli di situs e-commerce. Secara bertahap, telah terjadi pergeseran dari pasar konvensional ke pasar online (Huda & Sukadiono, 2021).

Semakin meningkatnya dampak media sosial terhadap kehidupan masyarakat, tidak dapat dipungkiri juga menjadi media penggerak bagi para perajin untuk mengembangkan produk, berinteraksi dengan calon konsumen, dan mengembangkan jaringan pasar yang lebih komprehensif (Gumilang, 2019).

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap konsumen untuk membeli produk atau jasa. Digital Marketing bisa menjadi media penting bagi para perajin untuk memasarkan produknya lebih cepat (Harto, Rozak, & Rukmana, 2021).

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Sosialisasi Digital Marketing pada Kelompok Perajin Sasirangan Desa Sei Jingah Banjarmasin” ini melibatkan 20 perajin pemula. Dosen dan mahasiswa Fakultas Teknik juga turut membantu dalam kegiatan ini. Proses implementasinya adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan Digital Marketing

Dalam kegiatan ini, kami memperkenalkan beberapa teknik dalam Digital Marketing. Peserta memahami tren pasar di dunia maya.



Gambar 2. Sesi Pengenalan Digital Marketing

2. Mulai Jualan di Toko Online dan Akun Media Sosial

Dalam kegiatan ini, kami menjelaskan cara membuat media sosial. Peserta mulai membuat akun di aplikasi toko online. Dari akun tersebut, perajin telah mampu menghasilkan akun toko online, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Halaman Utama Sosial Media Pengrajin



Gambar 4. Foto Produk Pengrajin



Gambar 5. Hasil Penerapan Tagging

3. Pengelolaan Toko pada Sosial Media Pengrajin

Dalam kegiatan ini, kami menjelaskan materi dan simulasi terkait cara mendapatkan pembeli pertama kali di toko online mereka. Gambar 5 menunjukkan hasil kegiatan pengelolaan dan promosi toko online. Peserta dapat menerapkan hashtag terkait produk untuk memudahkan calon pembeli menemukan barang dari toko online mereka.

4. Latihan Pengambilan Foto Produk

Praktek pengambilan produk dilakukan dalam beberapa tahapan yang harus dipahami oleh peserta.



Gambar 6. Peserta Mulai Mengambil Gambar Produk Sasirangan



Gambar 7. Hasil Produk Yang Sudah DiFoto

6. Keunggulan

Penerapan Digital Marketing memiliki keunggulan dalam menghemat waktu dan tenaga. Para pengrajin pemula dapat menekan biaya promosi serta dapat lebih mudah mengukur jangkauan pengguna. Misalnya, mengetahui jenis kelamin, kisaran usia, bahkan minat pelanggan terkait motif atau warna yang pengrajin buat dalam sebuah platform. Pengrajin akan lebih mudah berhubungan dengan calon pembeli potensial, bahkan dalam hitungan menit dan detik. Sehingga, layanan yang pengrajin berikan berupa respons cepat bisa langsung dirasakan oleh calon pelanggan.

7. Tingkat kesulitan

Tingkat kesulitan yang dihadapi pada proses pendampingan penerapan digital Marketing pada Desa Sei Jingah ini adalah adanya keberagaman usia dari peserta. Ada beberapa pengrajin pemula yang sudah berumur sehingga sedikit kesulitan dalam beradaptasi dalam penggunaan gadget.

8. Hasil respons dari pengrajin

Berdasarkan Gambar 8 menunjukkan diagram hasil dari kepuasan penyampaian materi Digital Marketing. Ada 15 peserta yang memiliki umur di bawah 35 tahun mampu menyerap materi terkait Digital Marketing dengan mudah. 5 peserta yang memiliki umur di atas dari 35 tahun, sedikit kesulitan dalam mengikuti materi.



Gambar 8. Hasil Kuisisioner Penyampaian Materi

Berdasarkan Gambar 9 menunjukkan diagram hasil dari kebermanfaatan pelatihan Digital Marketing yang sudah dilaksanakan. Ada 6 peserta memilih sangat bermanfaat, 13 peserta bermanfaat, dan 1 peserta memilih kurang bermanfaat.



Gambar 9. Hasil Kuisisioner Kebermanfaatan Materi

KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian proses kegiatan Pengenalan Pemasaran Digital untuk memasarkan produk yang dihasilkan:

1. Pelaksanaan pelatihan Digital Marketing untuk membantu para perajin Sasirangan dalam memasarkan produknya secara online.
2. Meningkatkan keterampilan para perajin dalam mengelola produk sasirangannya.
3. Strategi tambahan adalah memasarkan produk Sasirangan yang sebelumnya seluruhnya offline. Sekarang sudah bisa dijalankan dari situs online dengan memanfaatkan toko media online dan media sosial.

Hasil evaluasi pelatihan digital marketing menunjukkan bahwa kegiatan ini dapat 75 % dapat diikuti dengan baik oleh peserta dan 98% memiliki nilai manfaat dalam memberikan wawasan pengetahuan dan inspirasi yang membuat para perajin bergerak dalam melakukan inovasi terkait strategi pemasaran produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, Zamrudi, Z., & Hairul. (2019, April). Mempersiapkan Bisnis Online Bagi Produk Sasirangan Di Kelurahan Sungai Mesa Kota Banjarmasin. *Jurnal Al-Ikhlash*, 4.
- Claudia, M., Anisah, H. U., & Yulianti, R. (2019, April). PKM Peningkatan Kemampuan “Pemasaran Online” Bagi Komunitas Perempuan Di Rumah Kreatif Banjarmasin. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat, 1.

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018, Desember). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1.
- Gumilang, R. R. (2019, Maret). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021, Juni). Strategi Marketing Belah DOeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7.
- Huda, F., & Sukadiono. (2021, November). Peningkatan Penjualan melalui Pendampingan Online Selling Pada Platform Digital. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.
- Jumriani. (2018, April). Kegiatan Produksi dan Distribusi Di Kampung Sasirangan . *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran IPS*, 1.
- Muttalib, A., Sibawai, A., & Siwi, I. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada Pengrajin Tenun Sepongkor Pringgasela Selatan. *Abdonesia: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1.
- Nugraheni, E. Y., & Rahmattullah, M. (2021, MEI). Peningkatan Literasi Digital Dan Inovasi Produk Sasirangan Bagi Ibu-ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19. *BAKTI BANUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadi, M. A. (2020, Agustus). Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM) Sambal Di Jawa Timur. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3.