

**PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS TEKNOLOGI
INFORMASI PADA UMKM KERAJINAN HAND DRUM DI
KECAMATAN GENTENG BANYUWANGI**

Ahmad Sauqi¹
Muhammad Firdaus²
Muhaimin Dimiyati³
Tamriatin Hidayah⁴
Karim Budiono⁵

^{1,3,4,5}Jurusan Manajemen, ITS Mandala Jember
²Jurusan Magister Manajemen, ITS Mandala Jember

e-mail: sauqi@itsm.ac.id, firdaus@itsm.ac.id, dimiyati@itsm.ac.id, titin@itsm.ac.id,
karim@itsm.ac.id

Abstract

Dinaf Handicraft is an MSME established in 2019 which operates in the field of handicrafts made from goat skin made by hand drum and its target consumers are children. Partner problems. 1. Many prospective retail or party buyers ask for the Shopee link. 2. Prospective buyers also ask for product photos to be sent when they want to buy. 3. There are buyers who want complete product information and purchases on Instagram, while foreigners don't have Instagram. 4. Many buyers are confused about finding the address for this Handicraft business. 5. Oowner said that the person concerned really wants a payment system with Qiris and can have online receipts. Solution: Training on creating digital marketing using the Shopee marketplace. Training to create a WhatsApp Business account. Training to create an Instagram account. Training contains MSME Maps. Online and offline note making training. Qiris registration training. Results: 1.Training participants are able to implement sales on Shopee 2.Training participants are able to implement WhatsApp Business 3.Training participants are able to implement marketing via Instagram. 4.Training participants are able to create maps of their business locations. 5.Training participants are able to make notes online and offline. 6.Training participants register Qiris (as of 08 September 2023 in the publishing process).

Keyword : Marketing; Craft; Hand Drum; MSMEs; Banyuwangi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah atau yang umum di singkat UMKM pada dasarnya merupakan penggerak roda perekonomian bangsa. UMKM telah membuktikan kontribusi positifnya saat Indonesia mengalami krisis moneter pada tahun 1998, UMKM di Indonesia menjadi pertahanan yang kokoh dalam menghadapi krisis tersebut sehingga Indonesia ini dapat terselamatkan dari kondisi yang membahayakan tersebut.

UMKM adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan.(Purba, 2019). Kegiatan usaha yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok di masyarakat memang bagian dari UMKM yang dapat menyokong perekonomian masyarakat sekitarnya secara khusus dan masyarakat Indonesia secara luas. Semakin banyak UMKM tentunya akan menyerap banyak tenaga kerja dan hal ini akan semakin mengurangi pengangguran.

Pengangguran adalah keadaan di mana angkatan kerja yang ingin memperoleh pekerjaan tapi belum mendapatkannya. (Yanuar, 2009). Dari pengertian ini dapat kita pahami angkatan kerja tentunya harus segera bekerja, salah satu masalah negara berkembang semacam Indonesia ini adalah banyaknya angkatan kerja yang belum bekerja. Permasalahan seperti ini sebenarnya juga bisa di tanggulangi dengan meningkatkan jumlah UMKM yang juga bisa menyerap banyak tenaga kerja.

UMKM tentunya tidak akan langsung berkembang pesat pada awal berdirinya karena pasti mereka juga banyak mengalami kendala. Sebagai contoh salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang kerajinan music instrument yang bernama Manaf Handicraft yang berada di kecamatan Genteng Banyuwangi ini, saat kami melakukan kunjungan lapang terdapat banyak masalah yang di hadapi usaha ini. Dinaf Handicraft merupakan UMKM berdiri sejak tahun 2019 yang bergerak dibidang kerajinan tangan yang berbahan dasar kulit kambing, dimana target konsumennya adalah anak-anak. Usaha ini memproduksi hand drum, hand drum merupakan sebuah mainan yang menghasilkan bunyi dan terbuat dari bahan seperti kulit kambing asli, pipa pvc, kayu waru untuk pengangannya, tali untuk menjahit kulit kambing dan kayu bulat yang berbentuk tasbih yang nantinya digunakan untuk menghasilkan bunyi. Pembuatan mainan hand drum masih sangat tradisional dengan menggunakan tenaga manusia mulai dari mempersiapkan bahan-bahan hingga merakitnya.

Berdasarkan fakta yang ada di lapang, pengabdi menemukan dua masalah utama yang di hadapi oleh pemilik usaha ini. dua permasalahan tersebut mengarah pada sistem manajemen pemasaran yang masih kuno atau out of date dan sistem manajemen keuangan yang kami kira juga kurang mengikuti perkembangan zaman mengingat pemasaran produk kerajinan tangan dari usaha ini sudah mencapai luar kota bahkan luar pulau misalnya ke pulau Bali.

Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, juga menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan dari nilai pelanggan yang unggul. (Kotler, 2016). Dari sisi pengelolaan manajemen pemasaran usaha yang di kelola bapak Manaf ini masih menggunakan cara pemasaran lama, hal ini di akui oleh pemilik usaha dan karena sistem pemasaran yang sudah out of date pak Manaf

juga sering mengatakan banyak kendala yang di dapatkan. Adapun kendala tersebut antara lain: 1. Banyak calon pembeli eceran ataupun partai meminta link Shopee yang sebagai tempat melakukan transaksi jual beli. 2. Calon pembeli juga meminta kiriman foto produk saat mereka ingin membeli produk kerajinan ini dan owner usaha ini kewalahan melayaninya jika harus membalas setiap WA masuk dengan mengirimkan ulang foto-foto produknya. 3. Ada pembeli yang menginginkan kelengkapan informasi produk dan pembelian ada di Instagram sedangkan ouner tidak memiliki Instagram. 4. Banyak pembeli kebingungan dalam menemukan alamat usaha Handicraft ini sehingga jika mereka ingin membeli langsung ke tempat usaha sedikit keculitan dan merepotkan pak Manaf juga karena harus memandu calon pembeli melalui telepon agar dapat sampai ke tempat usahanya, terkadang calon pembeli justru masuk gang lain meskipun bapak Manaf share lokasi.

Manajemen keuangan adalah memperoleh dana untuk membiayai usaha, mengelola dana se-efisien mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan dan mengelola asset perusahaan secara efektif dan efisien. (Kasmir, 2019). Berdasarkan penjelasan ini sebenarnya sudah jelas bahwa salah satu perolehan dana itu di dapatkan dari kegiatan penjualan produk hasil produksi. Dalam penjualan tentu ada kegiatan pembayaran dan pada proses pembayaran yang semakin maju tentunya banyak metode pembayaran sudah mengarah pada gerakan pembayaran Non Tunai. Oowner mengatakan bahwa yang bersangkutan sangat menginginkan sistem pembayaran dengan Qiris dan bisa memiliki nota online sebab beberapa kali calon pembeli produknya menanyakan apakah memiliki Qiris dan apakah bisa menyediakan nota online.

Selaku dosen pengabdi kami tentunya harus membantu pemilik usaha tersebut dengan sekemampuan kami sehingga kegiatan pengabdian ini dapat menghasilkan kerjasama yang bersifat simbiosis muatualisme atau saling menguntungkan satu sama lain. Pengabdi untung karena dapat mengaplikasikan keilmuannya dan ouwner dari usaha untung dapat mengembangkan usahanya dengan berbagai kemudahan yang berbasis teknologi informasi.

Berangkat dari analisis situasi yang sudah di jelaskan sebelumnya maka dapat kami sepakati dengan owner Dinaf Handicraft terkait penentuan masalah utama yang di hadapi. Berikut masalah-masalah utama yang di sepakati:

1.Manajemen Pemasaran

1. Banyak calon pembeli eceran ataupun partai meminta link Shopee yang sebagai tempat melakukan transaksi jual beli.
2. Calon pembeli juga meminta kiriman foto produk saat mereka ingin membeli produk kerajinan ini dan owner usaha ini kewalahan melayaninya jika harus membalas setiap WA masuk dengan mengirimkan ulang foto-foto produknya.

3. Ada pembeli yang menginginkan kelengkapan informasi produk dan pembelian ada di Instagram sedangkan owner tidak memiliki Instagram.
4. Banyak pembeli kebingungan dalam menemukan alamat usaha Handicraft ini sehingga jika mereka ingin membeli langsung ke tempat usaha sedikit keculitan dan merepotkan pak Manaf juga karena harus memandu calon pembeli melalui telepon agar dapat sampai ke tempat usahanya, terkadang calon pembeli justru masuk gang lain meskipun bapak Manaf share lokasi.

2.Manajemen Keuangan

1. Ouwner mengatakan bahwa yang bersangkutan sangat menginginkan sistem pembayaran dengan Qiris dan bisa memiliki nota online sebab beberapa kali calon pembeli produknya menanyakan apakah memiliki Qiris dan apakah bisa menyediakan nota online.

Berangkat dari analisis situasi dan permasalahan mitra maka pengabdian dapat mengusulkan solusi kepada pelaku usaha kerajinan tangan Hand drum “Dinaf Handicraft” Genteng Banyuwangi sebagai berikut.

1. Pelatihan pembuatan pemasaran digital menggunakan marketplace Shopee. Pembuatan akun shopee tersebut bertujuan untuk mempromosikan produk Dinaf Handicraft secara digital agar dapat dilihat,dikenal serta menarik semua orang dari berbagai daerah.
2. Pelatihan membuat akun Whatssapp Business. Pembuatan akun Whatshapp Business ini bertujuan agar mempermudah konsumen untuk melihat semua produk yang diproduksi oleh UMKM Dinaf Handicraft, selain itu untuk memper luas jangkauan dan meningkatkan efisien dalam berkomunikasi dengan konsumen, serta menghemat waktu dan tenaga dalam mengirim pesan secara individu. Fitur broadcast juga dapat membantu bisnis dalam menjalankan promosi dan pemasaran dengan lebih efektif.
3. Pelatihan membuat akun Instagram. Pembuatan akun Instagram ini bertujuan untuk mencapai jangkauan yang lebih luas dari pada mesia social lainnya, dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif Instagram memberikan kesempatan besar bagi suatu bisnis untuk menjangkau konsumen pontensial di seluruh dunia.
4. Pelatihan memuat Maps UMKM. Maps UMKM dapat memberikan beberapa keuntungan yaitu: 1.Membantu konsumen menemukan dan melihat lokasi UMKM. 2. Membangun reputasi lewat ulasan yang disampaikan konsumen. 3. Informasi jam operasional bisa membantu meningkatkan kunjungan konsumen. 4. Memamerkan bisnis lewat gambar.
5. Pelatihan membuat nota online dan offline. Nota juga dapat menunjukkan harga barang dari kegiatan transaksi yang sudah dilakukan sehingga proses jual beli terjadi dengan lebih terbuka.

6. Pelatihan pendaftaran Qiris. Penjualan berpotensi meningkat karena dapat menerima pembayaran berbasis QR apapun, meningkatkan branding, lebih praktis karena cukup menggunakan satu QRIS, transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat.

Berdasarkan 6 solusi yang ditawarkan tersebut dapat kami rangkum pelatihan ini dengan tema pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi pada UMKM kerajinan hand drum di kecamatan Genteng Banyuwangi

Rencana target capaian luaran dari solusi yang ditawarkan kepada peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut ini.

Tabel 1 Rencana Target Capaian

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding jurnal Nasional ¹⁾	Ya
2	Publikasi pada media masa cetak/online/repocitory PT ⁶⁾	Ya
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya) ⁴⁾	Ya
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen) ⁴⁾	Ya
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan) ²⁾	Tidak
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal internasional ¹⁾	Tidak
2	Jasa; rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang ⁵⁾	Tidak
3	Inovasi baru TTG ⁵⁾	Tidak
4	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu) ³⁾	Tidak
5	Buku ber ISBN ⁶⁾	Tidak



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan
Sumber : Penulis, 2023



Gambar 2. Pembuatan Google Maph Dinaf Hadycraft
Sumber : Penulis, 2023

METODE

Penawaran solusi untuk peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di Genteng Banyuwangi.

1. Memberdayakan peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi dalam pelatihan pembuatan pemasaran digital menggunakan marketplace Shopee.
2. Memberdayakan peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi dalam pelatihan membuat akun Whatssapp Business.
3. Memberdayakan peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi dalam pelatihan membuat akun Instagram.
4. Memberdayakan peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi dalam pelatihan memuat Maps UMKM.
5. Memberdayakan peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi dalam pelatihan membuat nota online dan offline.
6. Memberdayakan peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi dalam pelatihan pendaftaran Qiris.

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di Kecamatan Genteng Banyuwangi.

1. Pelatihan-pelatihan dalam bentuk forum diskusi secara offline atau luring.
2. Pendampingan dengan menggunakan metode learning by doing sebagai tindak lanjut pembekalan yang telah dilakukan.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat.

1. Peserta pelatihan pemasaran berbasis digital di kecamatan Genteng Banyuwangi berperan aktif menghadiri kegiatan pelatihan.
2. Peserta pelatihan pemasaran berbasis digital di kecamatan Genteng Banyuwangi bersedia menyempatkan waktu untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan sesuai dengan jenis pelatihan yang sudah di sebutkan sebelumnya, antar lain :
 - a. Pelatihan pembuatan pemasaran digital menggunakan marketplace Shopee.
 - b. Pelatihan membuat akun Whatsapp Business.
 - c. Pelatihan membuat akun Instagram.
 - d. Pelatihan memuat Maps UMKM.
 - e. Pelatihan membuat nota online dan offline.
 - f. Pelatihan pendaftaran Qiris.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan.

Penilaian kesuksesan dari program pengabdian terhadap peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi perlu dilakukan supaya tujuan utama dari adanya program ini benar-benar berhasil yakni penerapan manajemen pemasaran berbasis teknologi informasi dan manajemen keuangan digital mampu memberikan solusi dan mengembangkan kegiatan usaha dari peserta pelatihan.

Evaluasi dari pelaksanaan program pengabdian ini adalah mengukur kesuksesan peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi. Kesuksesan ini dapat diukur dengan kemampuan dari peserta yang ter upgrade secara keilmuan manajemen pemasaran dan keuangan. Selanjutnya mereka bisa mengimplementasikannya dalam kehidupan nyata khususnya dalam melaksanakan kegiatan bisnis yang sudah mereka rintis saat ini.

Keberlanjutan dari pelaksanaan program pengabdian ini adalah kami selaku pengabdian saling berkomunikasi di sosial media demi menanggapi permintaan saran dan memantau perkembangan usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengacu dari informasi yang kami dapatkan dari peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di Genteng Banyuwangi menyatakan bahwa peserta pelatihan pemasaran setelah adanya kegiatan pelatihan sedikit banyak sudah merasakan manfaatnya, adapun manfaatnya sesuai pernyataan mereka adalah sebagai berikut :

1. Peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi sudah mampu menerapkan penjualan di Shopee dan sudah merasa lebih berkembang sebab bisa berjualan di Shopee.
2. Peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi sudah mampu menerapkan Whatsapp Business dan terbukti mereka menyatakan sangat mempermudah karena calon pembeli langsung bisa melihat foto produk secara langsung.
3. Peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi sudah mampu menerapkan pemasaran melalui Instagram.
4. Peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi sudah mampu membuat titip maps lokasi usahanya.
5. Peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi sudah mampu membuat nota online dan offline.
6. Peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi sudah mendaftarkan Qiris (per tanggal 08 September 2023 dalam proses penerbitan).

Luaran Yang Dicapai

1. Artikel yang akan dipublish pada jurnal pengabdian.
2. Peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi semakin memahami pentingnya memahami manajemen pemasaran dan manajemen keuangan demi meningkatkan penjualan dan eksistensi usahanya.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan pengabdian dalam bentuk pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di kecamatan Genteng Banyuwangi diantaranya mereka menyatakan bahwa sudah mulai terbiasa dalam mengimplementasi manajemen pemasaran dan manajemen keuangan khususnya dalam melakukan penggunaan Shope, pengembangan pemasaran menggunakan Whatsapp Business. Mereka juga sudah lebih terarah dalam melaksanakan strategi pemasaran serta sudah cerdas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Mereka memahami pentingnya menjaga kualitas layanan demi mencapai loyalitas pelanggan, mereka sangat sadar bahwa dengan memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen akan berdampak pada peningkatan penjualan produk mereka.

Secara singkat kami dapat jelaskan bahwa penjualan produk atas usaha yang mereka rintis sudah mulai meningkat dari waktu ke waktu. Mereka juga sudah mulai terbuka dan mau untuk mengupdate keilmuan terkait strategi pemasaran yang baru yang pastinya menyesuaikan dengan kondisi pasar yang terus berkembang ini sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin maju.

SARAN

Berikut saran utama yang bisa kami berikan kepada peserta pelatihan pemasaran berbasis teknologi informasi di Genteng Banyuwangi .

1. Mengupdate keilmuan bagi para pelaku usaha itu sangatlah penting. Mengupdate ilmu strategi pemasaran yang semakin berkembang adalah bagian kewajiban setiap pelaku usaha karena sistem pemasaran akan terus berubah dari waktu ke waktu, perubahan ini bisa di sebabkan oleh teknologi informasi yang semakin berkembang.
2. Memberikan kemudahan dalam setiap transaksi keuangan dari kegiatan usaha juga merupakan hal utama apalagi pemerintah sudah menganjurkan gerakan Non Tunai.
3. Semangat dan teruslah berkembang dengan selalu terbuka dengan setiap keilmuan dan perkembangan yanga baru sebab pelaku usaha yang malas update keilmuan akan berdampak pada pemerosotan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. & G. A. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Purba, M. A. (2019). ANALISIS PENERAPAN SAK EMKM PADA PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN UMKM DI KOTA BATAM. *JURNAL AKUNTANSI BARELANG*, 3(2 SE-Articles), 55–63. <https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1219>
- Yanuar. (2009). *Ekonomi Makro Suatu Analisis Untuk Konteks Indonesia*. Yayasan Mpu Ajar Artha.