

PELATIHAN PEMASARAN KERAJINAN AKRILIK MELALUI ONLINE SHOP

By Triani Ratnawuri

Artikel Hasil Pengabdian kepada Masyarakat

PELATIHAN PEMASARAN KERAJINAN AKRILIK MELALUI ONLINE SHOP

Triani Ratnawuri^{1,2}, Nurul Farida¹¹Universitas Muhammadiyah Metro- Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia²Email: t.ratnawuri@gmail.com

Abstrak

Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan bertumbuhnya industri yang berbasis elektronika, teknologi informasi dan otomatisasi. Penggunaan teknologi digital dan internet mulai dikenal pada akhir era ini. Kelompok ranting Aisyiyah Banjarrejo sebagai mitra yang mayoritas beranggotakan perempuan dan ibu-ibu rumah tangga yang tidak berpenghasilan. Sebagian besar anggota memiliki potensi untuk dapat bisa menggunakan handphone sebagai sarana berkomunikasi dan mengakses informasi, namun yang menjadi masalah adalah mereka belum dapat memaksimalkan manfaat smartphone sebagai salah satu sumber penghasilan ekonomi keluarga. Berwirausaha pada era industri 4.0 tentu saja harus mengutamakan akses secara online. Tujuan pelatihan teknik pemasaran produk kerajinan akrilik melalui online shop diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran. Metode pelatihan diawali dengan membuat akun online shop pada aplikasi Shopee, kemudian dilatih cara mengelola akun sampai dengan memposting produk untuk diiklankan. Antusias peserta dalam mempraktikkan berjualan dengan online shop cukup tinggi, karena dalam pelatihan terjadi interaksi tanya jawab yang aktif, serta keingintahuan yang lebih banyak mengenai tips dan trik pemasaran yang efektif. Hasil pelatihan ini adalah pemasaran produk kerajinan akrilik melalui online shop mampu memperluas jaringan pemasaran dan meningkatnya pendapatan dari penjualan online. Sehingga dengan teknik pemasaran online shop bisa menjadi sumber tambahan penghasilan bagi ibu-ibu mitra kelompok ranting Aisyiyah Banjarrejo

Keyword: : pelatihan, pemasaran, online shop

PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan bertumbuhnya industri yang berbasis elektronika, teknologi informasi dan otomatisasi. Penggunaan teknologi digital dan internet mulai dikenal pada akhir dari era ini. Menurut Wikipedia, Industri 4.0 adalah nama tren otomatisasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik. Semua proses pada revolusi industri 4.0 dilakukan secara sistem otomatisasi pada semua proses aktivitas, dimana perkembangan teknologi internet terus berkembang dengan tidak hanya menghubungkan manusia di seluruh dunia yang menjadi dasar bagi proses transaksi perdagangan dan transportasi secara online.

Revolusi industri 4.0 dikenal dengan revolusi digital yang ditandai poliferasi komputer dan otomatisasi pencatatan di semua bidang,

dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat telah melahirkan teknologi informasi dan proses produksi yang dikendalikan secara otomatis menurut Hamdan (2018). Desain industri 4.0 secara sederhana prinsipnya terdiri dari empat prinsip menurut Herman dalam Hamdan (2018) yaitu interkoneksi, transparansi informasi, bantuan teknis dan keputusan terdesentralisasi. Pertama, interkoneksi berupa kemampuan mesin, perangkat sensor dan orang untuk terhubung dan berkomunikasi satu sama lain melalui internet of thing (IoT) yang membutuhkan kolaborasi keamanan dan standar. Kedua, transparansi informasi merupakan kemampuan merupakan sistem informasi untuk menciptakan salinan virtual dunia fisik dengan memperkaya model digital dengan data dan penyediaan informasi. Ketiga, bantuan teknis yang meliputi

kemampuan sistem bantuan untuk mendukung manusia dengan menggabungkan dan mengevaluasi informasi secara sadar untuk membuat keputusan yang tepat dan memecahkan masalah mendesak dalam waktu singkat. Keempat, keputusan terdesentralisasi yang merupakan kemampuan sistem fisik maya untuk membuat keputusan sendiri serta menjalankan tugas seefektif mungkin.

Permasalahan yang terjadi pada mitra adalah (1) banyaknya potensi tenaga ibu-ibu rumah tangga tanpa penghasilan, karena kelompok mitra beranggotakan mayoritas perempuan dan ibu-ibu rumahtangga yang tidak berpenghasilan, (2) kurangnya kesadaran anggota mitra memanfaatkan *smartphone* untuk berwirausaha, yaitu sebagian besar anggota memiliki potensi untuk dapat bisa menggunakan *smartphone* sebagai sarana untuk berkomunikasi dan mengakses informasi, namun belum dapat memaksimalkan manfaat *smartphone* sebagai salah satu sumber penghasilan ekonomi keluarga.

Kelompok ranting Aisyiah Banjarrejo sebagai mitra yang mayoritas beranggotakan perempuan dan ibu-ibu rumahtangga yang tidak berpenghasilan. Sebagian besar anggota memiliki potensi untuk dapat bisa menggunakan *smartphone* sebagai sarana untuk berkomunikasi dan mengakses informasi, namun belum dapat memaksimalkan manfaat *smartphone* sebagai salah satu sumber penghasilan ekonomi keluarga. Dengan memberdayakan keterampilan para ibu rumah tangga diharapkan dapat membantu perekonomian rumah tangga. Berwirausaha pada era industri 4.0 tentu saja harus mengutamakan akses secara *online*.

Aksesinternet saat ini yang semakin mudah, memberikan banyak manfaat, serta murahnyabiaya yangdibutuhkan menjadi alasan utama bagipara pelaku usaha untuk memilih media *online* sebagaisolusi tepat untuk memperluasjangkauan bisnisnya. Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APIJII) pada tahun 2014, bahwa fasilitas internet paling banyakdigunakan untuk perdagangan. Mahedy (2016). Sehingga ternyata sejak beberapa tahun sebelumnya penggunaan internet sebagai media online telah banyak dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Pengembangan jiwa berwirausaha (*entrepreneurship*) berbasis *online shop* menjadi salah satu upaya untuk menyesuaikan perkembangan era revolusi indutri 4.0. Dengan

berbasis *online*, kegiatan berwirausaha dapat berkembang lebih pesat dan dapat memperluas jangkauan pemasaran. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat yang mayoritas ibu-ibu rumah tangga yang hanya berada di rumah untuk tetap dapat produktif. Kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada mitra berupa pengembangan *entrepreneurship* melalui pelatihan pemasaran produk kerajinan akrilik berbasis *online* pada Ranting Aisyiah Banjarrejo.

Model pemasaran yang dilakukan secara *offline* tentu saja belum memaksimalkan penggunaan IPTEK yang berbasis media *online* (toko *online*) dimana pergerakannya dinilai lebih cepat dan luas dibandingkan toko *offline*. Pembeli dapat mengunjungi toko *online* kapan saja (tidak terbatas waktu) dan membeliproduk yang tersedia dalam media internet. Bila di toko biasa (*offline store*) pembeli dilayani oleh manusia, maka pada toko *online* pembeli akandilayani oleh mesin. Proses jual belisemacam ini dirasa lebih efektif dalam memperkenalkan produk dan memasarkannya menurut Endriastutidan Permatasari (2018).

Untuk menjawab permasalahan yang dihadapi mitra dan merealisasikan solusinya, maka direncanakan untuk melakukan beberapa kegiatan yaitu: (1) Persiapan: pada tahap ini akan dilakukan ijin survei yang ditujukan kepada ketua Ranting Aisyiah Banjarrejo untuk dilakukan survei dan wawancara kepada anggota mitra. (2) Sosialisasi Program: sebelum dilaksanakannya pelatihan pemasaran kerajinan akrilik melalui *online shop*, terlebih dahulu dilakukan sosialisasi kepada para anggota mitra tentang proses dan manfaat pelaksanaan dari program pengabdian masyarakat ini, sehingga akan dapat menggerakkan antusias para anggota mitra untuk mau bergabung melaksanakan program pengabdian yang telah direncanakan. (3) Pelatihan: Pelatihan yang akan dilaksanakan meliputi pelatihan pemasaran produk berupa penentuan target pasar dan cara pengemasan produk, kemudian pembuatan toko *online* melalui akun Shopee, dimulai dari pembuatan akun, pengenalan fitur-fitur yang ada pada akun Shopee, cara memposting produk, serta tips dan trik berkomunikasi dengan pelanggan.

PROGRAM PENGABDIAN DAN DISKUSI Metode Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan pemasaran kerajinan akrilik melalui *online shop* yang diadakan bertempat di Laboratorium Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro dan dihadiri 10 peserta. Program pengabdian pelatihan pemasaran kerajinan akrilik melalui *online shop* menggunakan beberapa metode sebagai berikut: (1) **Metode ceramah**, untuk memberikan informasi bagaimana teknik pemasaran melalui berbagai macam jenis *online shop* salah satunya adalah aplikasi Shopee. (2) **Metode praktek**, untuk peserta pelatihan mendapatkan pengalaman langsung dalam pembuatan akun *online shop* pada aplikasi Shopee, pengenalan fitur-fitur yang ada pada akun Shopee, cara memposting produk, serta tips dan trik berkomunikasi dengan pelanggan. (3) **Metode tanya jawab dan diskusi**, untuk merespon pertanyaan dari peserta pelatihan dan mengukur sejauh mana pemahaman dari peserta setelah metode ceramah dan selama metode praktek dilakukan oleh tim pengabdian, serta untuk bersama-sama melakukan dialog mengenai cara pembuatan dan pengelolaan akun *online shop*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Program Pengabdian

Pelatihan pemasaran kerajinan akrilik melalui *online shop* diawali dengan kegiatan Sosialisasi yang dilakukan di dalam Masjid Al Muhajirin di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Pemateri dalam kegiatan sosialisasi ini dilakukan oleh tim pengabdian yaitu Triani Ratnawuri, M.Pd dan Nurul Farida, M.Pd. Selanjutnya tim pengabdian dibantu oleh dua orang mahasiswa yaitu Eva Riska Yunita dan Ela Novita Sari. Kegiatan ini dihadiri oleh 26 anggota mitra.



Gambar 1. Peserta Sosialisasi Program Tim Pengabdian di Masjid Al-Muhajirin Banjarrejo

Pada kegiatan sosialisasi tim pengabdian menjelaskan program pelatihan yang akan dilakukan pada pertemuan berikutnya. Sosialisasi dilakukan pada hari Minggu tanggal 8 September 2019, pertemuan ini dilakukan sebagai bagian

kegiatan rutinitas Ibu-ibu Ranting Aisyiyah Desa Banjarrejo yang dilaksanakan setiap dua minggu sekali. Kegiatan ini ditargetkan untuk memberikan pemahaman dan keikutsertaan anggota mitra program pelatihan pemasaran kerajinan akrilik melalui *online shop* pada pertemuan berikutnya. Pemahaman awal yang diberikan kepada anggota mitra adalah tentang penggunaan aplikasi *online shop* sebagai alat untuk memasarkan produk kerajinan akrilik yang telah dihasilkan oleh anggota mitra Ibu-ibu Ranting Aisyiyah Desa Banjarrejo.



Gambar 2. Sosialisasi Program Tim Pengabdian kepada Mitra Ranting Aisyiyah Banjarrejo

Pelatihan Pemasaran Kerajinan Akrilik Melalui *Online Shop* Aplikasi Shopee

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 23 September 2019 yang bertempat di Laboratorium Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro. Peserta pelatihan yang hadir merupakan perwakilan anggota dan ketua Ranting Aisyiyah Banjarrejo sejumlah 10 orang. Anggota mitra yang hadir merupakan Ibu-ibu yang memiliki *smartphone* dan mereka sudah dapat menghasilkan produk kerajinan akrilik.

Susunan acara kegiatan pelatihan pemasaran kerajinan akrilik melalui *online shop* sebagai berikut: a) Pembukaan, b) Sambutan ketua tim pengabdian, c) Penjelasan materi karakteristik dan jenis-jenis *online shop* serta pengenalan aplikasi Shopee, d) Praktek pembuatan akun *online shop* pada aplikasi Shopee, pengenalan fitur-fitur yang ada pada akun Shopee, cara memposting produk, serta tips dan trik berkomunikasi dengan pelanggan, dan e) Penutup dengan foto bersama antara mitra Ibu-ibu Aisyiyah Desa Banjarrejo dengan dan tim pengabdian dari Universitas Muhammadiyah Metro.



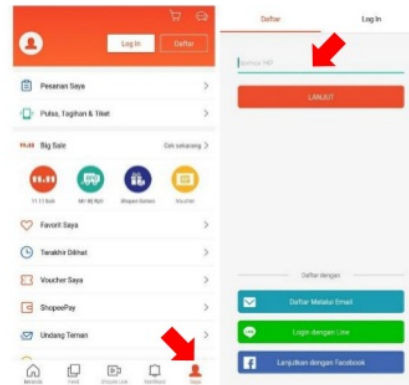
Gambar 3. Ceramah Penjelasan Karakteristik dan Jenis-jenis *Online Shop*



Gambar 4. Praktik Pembuatan Akun Shopee

Kegiatan pelatihan ini sebagai target untuk praktik langsung pembuatan akun *online shop* bagi anggota mitra yang memiliki *smartphone*. Langkah-langkah pembuatan akun online shop pada aplikasi Shopee sebagai berikut. Langkah pertama, buka aplikasi Shopee di ponsel Anda kemudian pilih menu SAYA yang berada di bagian pojok kanan bawah layar, kemudian pilih DAFTAR. Silahkan masukkan nomor HP pada kolom yang telah disediakan kemudian pilih LANJUT.

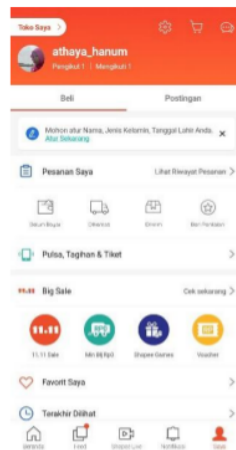
Langkah selanjutnya, Shopee akan mengirim kode verifikasi bisa melalui telepon bisa juga melalui SMS. Silahkan pilih tombol HUBUNGI SAYA nantinya Anda akan diberitahu kode verifikasi tersebut melalui telepon, dengarkan baik-baik bila perlu catat supaya tidak lupa karena verifikasi hanya disebutkan sebanyak dua kali. Setelah Anda mendapatkan kodenya masukkan pada kolom kode verifikasi kemudian pilih LANJUT. Tampilan aplikasi Shopee pada saat pembuatan akun terlihat seperti gambar berikut:



Gambar 5. Langkah Awal Pembuatan Akun Shopee

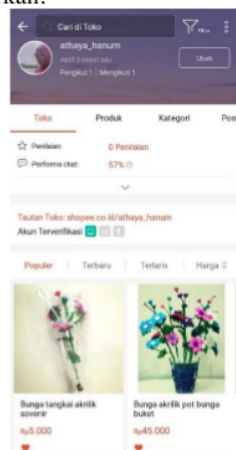
Langkah terakhir yaitu apabila kode verifikasi selesai selanjutnya Anda akan diarahkan ke halaman Register seperti pada gambar di bawah sebelah kiri, silahkan isi Username sesuai keinginan. Shopee tidak menyediakan fitur untuk mengubah Username yang telah Anda buat, pikirkan terlebih dahulu Username yang ingin digunakan secara matang. Kemudian masukkan kata sandi yang ingin Anda gunakan, apabila Anda ingin menggunakan foto pilih ikon foto kemudian pilih foto yang ingin digunakan.

Peserta pelatihan yang hadir tidak semuanya ikut membuat akun Shopee dari tahap awal, karena sebagian peserta telah memiliki akun Shopee sebagai pembeli. Untuk peserta yang belum memiliki aplikasi Shopee di *smartphone* diminta untuk menginstall aplikasi Shopee melalui *Playstore*, kemudian dilatih untuk membuat akun Shopee seperti langkah-langkah pembuatan akun Shopee yang telah dijelaskan. Sehingga hasilnya untuk semua peserta telah memiliki akun Shopee. Selanjutnya, peserta memulai pengelolaan toko, artinya akun Shopee yang dimiliki dikelola sebagai penjual. Contoh tampilan toko pada aplikasi Shopee yang telah dibuat oleh salah satu peserta sebagai berikut:



Gambar 6. Tampilan Akun Toko Online Shop pada Aplikasi Shopee

Selanjutnya kemampuan yang perlu dimiliki oleh peserta adalah cara mengelola toko, yaitu memposting produk yang akan dijual dimulai dengan teknik memfoto produk sehingga tampilan produk dapat menarik minat pembeli. Kemudian bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan pembeli atau pelanggan. Tips dan trik dalam berkomunikasi dengan pembeli harus dimiliki oleh peserta nantinya dalam menghadapi komentar dan pertanyaan pembeli atas produk yang dipasarkan.



Gambar 7. Tampilan Postingan Produk Kerajinan Akrilik

Pada saat pelatihan dari awal sampai akhir, ibu-ibu Aisyiyah Desa Banjarrejo tampak antusias dan sangat tertarik dalam mengetahui cara berjualan di toko *online shop*. Mereka ada yang menanyakan aplikasi online shop lainnya yang sekiranya diminati oleh para pembeli.

Beberapa dari mereka juga ada yang menanyakan bagaimana pemasaran yang efektif dan bagaimana cara menghadapi pembeli. Kegiatan pelatihan yang dilakukan ini telah menumbuhkan semangat peserta untuk dapat aktif bergerak memasarkan produk kerajinan akrilik yang telah mereka buat. Harapan selanjutnya bagi mereka untuk bisa mengembangkan ilmu dan pengalaman yang diperoleh dari hasil pelatihan untuk dapat dikembangkan lebih lanjut sehingga menjadi salah satu usaha yang menjanjikan penghasilan tambahan bagi kelompok mitra.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pelatihan pemasaran kerajinan akrilik melalui *online shop* dapat disimpulkan bahwa mitra ibu-ibu ranting Aisyiyah Desa Banjarrejo mampu meningkatkan pengetahuan mengenai pemasaran melalui online shop. Mitra juga telah berhasil memiliki kemampuan tentang pembuatan *toko online shop* pada aplikasi Shopee, cara mengelola toko, serta tips dan trik berkomunikasi dengan pelanggan atau pembeli. Dengan pengetahuan dan kemampuan yang telah didapat oleh peserta diharapkan dapat meningkatkan perekonomian keluarga dengan mengembangkan usaha kerajinan akrilik yang dipasarkan melalui akun online shop sehingga 4 ngkauan pemasaran menjadi lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Metro yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Selain itu, pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada mitra Ranting Aisyiyah Banjarrejo 38 Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Endriastuti, Annysa, dan Permatasari, Maurisia Putri. (2018). *Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, dan Pengenalan m-Commerce Pada Produk Unggulan Jagung Tortila Di Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro*. MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol 1 No 2 Tahun 2018 Hal 56-66.
- 5 Hamdan. (2018). *Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada Kewirausahaan Demi*

Kemandirian Ekonomi. Jurnal Nusamba Vol. 3
No. 2. Hal 1-5.

Mahedy, Kadek Surya. (2016). *Pelatihan Pemanfaatan Media Online sebagai Sarana Pemasaran Hasil Produksi bagi Asosiasi Pengrajin Industri Kecil (APIK) Kabupaten Buleleng*. Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2016 ISBN: 978-602-6428-05-9. Hal 389-398.

Wikipedia. *Industri 4.0*.
https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_4.0.
(diakses pada 20 Mei 2019)

PELATIHAN PEMASARAN KERAJINAN AKRILIK MELALUI ONLINE SHOP

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	www.langkahbisnis.com Internet	151 words — 7%
2	ojs.unpkediri.ac.id Internet	151 words — 7%
3	www.isplbwiki.net Internet	45 words — 2%
4	Nursina Sari, Nanang Rahman. "USAHA PENDIDIKAN DASAR COMPUTER "DIKSAR COMP" MAHASISWA DI FKIP MUHAMMADIYAH MATARAM", JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 2017 Crossref	25 words — 1%
5	eeduki.com Internet	19 words — 1%
6	www.scribd.com Internet	11 words — < 1%
7	www.indrifairy.com Internet	11 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES ON
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF