

# **PEMASARAN DIGITAL PRODUK KESENIAN DI KELURAHAN LANGENSARI (PEMBUATAN PRODUK KESENIAN HANTARAN PERNIKAHAN)**

ABDUL AZIZ<sup>1</sup>  
IRSAL FAUZI  
ARI SISWATI  
SETYA INDAH ISNAWATI  
JAYA RAMADAEY BANGSA

abdulaziz@unw.ac.id<sup>1</sup> Corresponding Author  
irsalfauzi@gmail.com  
arisiswati@unw.ac.id  
setyaindahisnawsati@unw.ac.id  
jayaramadaeybangsa@unw.ac.id

Universitas Ngudi Waluyo

Artikel diterima: 7 Juni 2023

Artikel direvisi: 28 Juni 2023

## Abstrak

Memulai sebuah bisnis tidak cukup hanya mengandalkan keberuntungan dan diam diri saja menunggu konsumen datang untuk membeli namun, perlunya usaha dalam mengenalkan produk kita agar lebih dikenal masyarakat luas. Melalui pemasaran digital produk dari bisnis bisa di kenal oleh masyarakat luas dan bahkan sampai manca negara. selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen untuk menemukan produk yang sedang di butuhkan. Organisasi PKK Desa Langensari merupakan organisasi yang memiliki keinginan membangun perkenomian Desa Langensari. Cukup banyak anggota PKK yang memiliki keinginan dan kemampuan untuk menciptakan suatu produk yang dapat dikembangkan sebagai bisnis. Untuk itu Program Studi Desain Fashion dan Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo berinisiatif memberikan pelatihan Pengelolaan Keuangan Sederhana pada Skala Industri Rumah Tangga di Desa Langensari dengan Membuat Produk kesenian hantaran pernikahan bagi Ibu-ibu PKK Desa Langensari. Evaluasi dari pelatihan ini berdasarkan atas pemahaman peserta pelatihan pada sesi yang diberikan. Selain itu juga diberikan kuesioner yang diisi peserta untuk menilai kualitas pelatihan di akhir sesi. Dari pelatihan yang diberikan antusias serta pemahaman dari peserta sangat baik hal ini dibuktikan dari kuesioner yang diberikan di akhir sesi pelatihan rata-rata pemahaman peserta pada skala 4 yang termasuk dalam kategori baik. Sehingga hasil dari pelatihan ini kedepannya harus selalu ditingkatkan agar pemahaman bagi masyarakat desa dalam mengelola keuangan dan manajemen usaha semakin baik lagi.

Kata Kunci: pemasaran digital, produk kesenian, hantaran pernikahan

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan dan UMKM merupakan kesatuan yang saling terkait satu dengan lainnya, sebagai bagian dari perekonomian Indonesia. Pada kenyataannya saat ini, sektor UMKM dapat menyerap banyak sekali tenaga kerja. Berdasarkan data UMKM tahun 2018 dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, sektor UMKM mengalami peningkatan cukup signifikan dengan jumlah unit usaha yang mencapai angka 64,1 juta unit (Anon 2008). Melihat angka ini, kita bisa lihat betapa pentingnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia. Pemerintah Indonesia sudah mulai memberi perhatian lebih atas perkembangan sektor UMKM ini, terbukti dengan adanya beberapa kebijakan komprehensif untuk membantu perkembangan wirausaha dan UMKM. Beberapa kebijakan pro UMKM, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang sudah dimulai oleh pemerintahan era SBY dirasa sudah memberikan dampak positif terhadap perekonomian rakyat, meskipun belum optimal (Sumodiningrat, 2015).

Salah satu hal yang menghambat laju pertumbuhan UMKM yaitu faktor finansial, kemampuan kewirausahaan, serta kurangnya kreativitas dalam mengembangkan usaha dan jasa (Achmad, 2015). Sehingga, ada banyak aspek yang perlu distimulasi oleh pemerintah untuk mengembangkan sektor wirausaha dan UMKM lebih lanjut. Di antara berbagai faktor penyebabnya, rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM menjadi isu yang mengemuka saat ini.

Perkembangan UMKM haruslah berbanding lurus dengan peningkatan kinerja dan produktivitas UMKM. Dengan demikian, fokus utama pengembangan UMKM bukan lagi berbicara mengenai besar kecilnya ukuran usaha, melainkan berbicara mengenai tingkat dan skala produktivitas yang dihasilkan UMKM (Aziz, 2021). Peningkatan produktivitas

pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat, karena sektor UMKM ialah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha berbasis *online* dan efektifitas pemasaran secara digital, sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan dan menumbuhkan sektor UMKM baru yang lebih kreatif.

Berangkat dari latar belakang tersebut, tim Dosen dari Program Studi Bisnis Digital dan Program Studi Desain Fashion Universitas Ngudi Waluyo berkolaborasi mengadakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan bermitra bersama warga di Desa Langensari Ungaran untuk dapat memberikan pelatihan sekaligus membimbing warga sekitar, khususnya ibu-ibu PKK dalam mengembangkan jenis usaha kreatif membuat karya seni hantaran pernikahan yang akan dipasarkan melalui media *marketplace* Facebook, serta bagaimana prinsip dasar cara memasarkan produk kerajinan secara digital melalui Facebook.

Diharapkan ke depannya, program pengabdian masyarakat ini akan terus berlanjut dengan akan diadakannya pelatihan-pelatihan bisnis lanjutan dalam rangka menguatkan ketahanan ekonomi warga Desa Langensari maupun desa-desa lainnya, sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi serta Pengabdian Dosen-Dosen Universitas Ngudi Waluyo.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang digunakan tim pengabdian Universitas Ngudi Waluyo dalam memberikan pelatihan yaitu simulasi, diskusi dan ceramah (Ibrahim, 2010). Sebelum dimulai kegiatan simulasi diawali dengan ceramah materi tentang kesenian hantaran pernikahan yang mempunyai nilai ekonomis dan cara pembuatannya serta bagaimana cara memasarkannya. Pengenalan digunakan

untuk membantu peserta memahami pemasaran produk kesenian secara sederhana pada peserta (Herlinda, 2017). Kegiatan pelatihan ini bertempat di Kantor Kepala Desa Langensari, Ungaran.

Masing-masing peserta diberikan alat dan bahan untuk membuat produk kesenian hantaran pernikahan, selama simulasi berlangsung dan diberikan modul untuk memudahkan dalam proses praktikum. Kegiatan dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi pelatihan adalah  $\pm 3$  (tiga) jam, terdiri dari:

- 40 menit pemaparan materi
- 120 menit untuk pelatihan
- 20 menit untuk evaluasi keseluruhan materi.

Luaran yang dihasilkan adalah kemampuan peserta dalam membuat produk kesenian hantaran pernikahan yang dapat dikembangkan menjadi bisnis rumah tangga serta mengelola pemasaran yang efektif di era digital dengan memanfaatkan media internet pada skala industri.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis hasil ini diperoleh berdasarkan evaluasi-evaluasi dari tiap sesi yang diberikan, berikut analisa hasil dari evaluasi di tiap sesi :

Kategori	Penilaian			
	kurang	Cukup	baik	Baik sekali
<b>1. Materi</b>				
Kualitas materi	0	2	11	7
Manfaat materi	0	0	14	6
Penerapan materi untuk bisnis	0	1	15	4
Efektifitas waktu	0	4	16	0
Sejauh mana materi memadai	0	5	12	3
<b>2. Mentor/Pembicara</b>				
Kesiapan pembicara	1	2	14	3
penguasaan metode penyampaian materi	0	5	12	3
Cara penyampaian materi	2	4	10	4
Kemampuan dalam melibatkan peserta	1	2	11	6
Kemampuan memberikan ilustrasi	3	1	11	5
<b>3. Lain - lain</b>				
Sarana dan prasarana	0	0	14	6
Penilaian penyelenggaraan program	0	3	12	5

Tabel 1. Hasil Kuesioner

Dari kuesioner yang telah dibagikan kepada para peserta pelatihan pada table diatas diketahui bahwa dari sebanyak 20 peserta pelatihan Sebagian besar peserta pelatihan menjawab pada kategori baik. Sehingga hal tersebut mengindikasikan bahwa antusias peserta pelatihan sangat tinggi terhadap pelatihan yang diberikan baik pada materi yang disampaikan maupun mentor dan sarpras yang digunakan.

kategori	Penilaian (%)			
	kurang	cukup	baik	Baik sekali
1. materi	0	12	68	20
2. mentor/pembicara	7	14	58	21
3. lain-lain/ sarpras	0	7,5	65	27,5

Tabel 2. Perhitungan Presentase Luaran Pelatihan Tiap Kategori

Kuesioner 1 diberikan setelah pemaparan terkait pengelolaan keuangan sederhana pada skala industri rumah tangga. Kuesioner di berikan kepada peserta pelatihan yang berjumlah 20 orang. Pada kuesioner ini 68% peserta atau 14 orang menjawab setuju dan 20% atau 4 orang menjawab sangat setuju. Terkait dengan materi yang diberikan peserta menyatakan setuju dan sangat membantu sekali dalam meningkatkan pengelolaan keuangan dalam mengelola usaha kecil mereka yang berbeda dengan sebelumnya yang tidak mengetahui cara yang tepat untuk mengatur sistem keuangan mereka. Dari 20 peserta 12% atau 2 orang menyatakan cukup setuju atau kurang puas dengan materi yang disampaikan karena ketersediaan waktu yang kurang memadai.

Kuesioner 2 terkait mentor/pembicara pada sesi pelatihan pengelolaan keuangan. Pada kuesioner ini 58% atau 12 orang setuju dan 21% atau 4 orang sangat setuju dengan pembicara yang menguasai materi yang di sampaikan ke peserta pelatihan, hal ini terlihat dari kecakapan mentor dalam menjawab pertanyaan yang di lontarkan dari peserta. Dari 20 peserta, 14% atau 3 orang cukup setuju dan 7% atau 1 orang kurang setuju dengan mentor yang terlihat tergesa – gesa dalam menyampaikan tiap

sesi pembelajaran hal ini di karenakan pembatasan waktu yang di berikan dari pihak sarpras desa.

Kuesioner 3 terkait lain – lain/ sarana dan prasarana. Pada kuesioner ini 65% atau 13 orang setuju dan 27,5% atau 5 orang sangat setuju dengan perlengkapan yang di pergunakan dalam penyampaian materi pelatihan yang sudah sangat memadai. dari 20 orang, 7,5% atau 2 orang kurang setuju dengan tempat pelatihan yang terletak di lantai 2 yang cukup bahaya karena sebagian peserta berusia tua dengan posisi tangga yang tajam ke bawah.



Gambar 1. Foto Kegiatan



Gambar 2. Pemaparan Materi 1



Gambar 3. Pemaparan Materi 2

Berdasarkan informasi yang diperoleh terkait permasalahan mitra seperti kurangnya pengetahuan dan pemahaman dalam mempromosikan dan memasarkan

produk, tim pengabdian ingin membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Yaitu memberikan bimbingan secara langsung terhadap para mitra tentang bagaimana cara memanfaatkan perkembangan teknologi untuk sarana mempromosikan dan menjual produk usaha, serta memberikan arahan dan pembelajaran serta praktik langsung membuat kesenian hantaran pernikahan sebagai usaha kreatif baru tentunya yang memiliki nilai ekonomis untuk membantu mendongkrak perekonomian masyarakat desa langensari di tengah lesunya perekonomian akibat pandemi COVID-19.

Proses pelatihan dan bimbingan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi dan pembuatan kesenian hantaran pernikahan dilakukan melalui tatap muka di aula Gedung Desa Langensari Ungaran berdasarkan jadwal yang sudah diberikan dan disepakati sebelumnya, dengan menerapkan standar protokol kesehatan yang ditetapkan dalam upaya mencegah penyebaran dan penularan virus COVID-19.

Kegiatan pengelolaan pada prinsipnya tidak terlepas dari manajemen. Menurut Terry definisi manajemen sebagai suatu proses yang membeda-bedakan atas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni, agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Terry 2010). Pengelolaan berasal dari kata manajemen atau administrasi. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh (Usman 2004). *Management* diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan. Dalam beberapa konteks keduanya mempunyai persamaan arti, dengan kandungan makna *to control* yang artinya mengatur dan mengurus.

Pemasaran yaitu salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha yang mana dalam usahannya untuk mempertahankan kehidupannya, untuk berkembang dan mendapatkan untung yang besar (Basu Swasta 2008).

Pemasaran meliputi beberapa proses kegiatan perencanaan dalam pengelolaan barang dan juga jasa, penetapan harga barang dan jasa tersebut hingga proses promosi maupun proses pendistribusian yang semuanya memiliki tujuan yakni untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh keuntungan dari proses pemasaran yang mereka lakukan (Jessica, James, & Massie, 2014).

Untuk membuat UMKM semakin berkembang, ada 5 strategi pemasaran yang efektif yang bisa dilakukan, diantaranya:

1. Ciptakan Produk yang Unik  
Sebelum melakukan promosi, terlebih dahulu kamu harus menyiapkan produk yang unik dibanding produk yang dimiliki kompetitor. Menciptakan produk yang unik akan membantu pelaku UMKM dalam memenangi persaingan pasar dan membuat konsumen loyal menggunakan produk kamu. Bukan hanya itu, produk yang unik juga akan membuat iklan semakin menarik.
2. Buat Tujuan Iklan yang Jelas  
Setelah membuat produk yang unik, langkah selanjutnya yaitu membuat tujuan iklan yang jelas. Dengan tujuan yang jelas, akan mempermudah untuk mencapai tujuan iklan. Misalnya kamu memiliki UMKM kuliner, tujuan iklan yang ingin kamu capai yaitu memperkenalkan produk (varian rasa) terbaru kepada konsumen. Sehingga saat membuat iklan, kamu hanya terfokus pada satu tujuan tersebut.
3. Lakukan *Online Marketing*  
Mempunyai UMKM yang sukses dan dikenal oleh banyak orang, menjadi impian setiap pemilik UMKM. Pemasaran secara online atau biasa dikenal dengan "*Online Marketing*" merupakan salah satu strategi pemasaran yang tepat untuk mempromosikan UMKM kamu. Online marketing akan membantu kamu untuk mendapatkan pelanggan yang potensial, menjadi nomor 1 di Google, dan dikenal banyak orang.

4. Buat Promo Menarik  
Membuat promo menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian calon pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang kamu tawarkan. Mereka akan mudah tertarik ketika mendengar istilah "promo". Promo dapat berupa potongan harga, kupon hadiah, cashback, atau promo lainnya. Kamu dapat membuat promo di hari-hari atau momen penting, seperti libur akhir/awal tahun, lebaran idul fitri, hari raya natal, atau hari raya imlek.

5. Konsisten  
Strategi pemasaran bisnis UMKM kamu yang terakhir yaitu konsisten dalam menjalankan strategi pemasaran yang kamu gunakan, dimana tujuannya adalah untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap UMKM kamu. Misalnya ketika kamu menggunakan strategi "*content marketing*" untuk mempromosikan UMKM kamu, maka tetap konsisten untuk membuat berbagai konten dan terus lakukan evaluasi untuk menghasilkan konten yang berkualitas.

Evaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan ini dilakukan setelah rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan. Indikator keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari respon positif peserta berdasarkan sikap peserta saat pelatihan pemasaran produk dengan memanfaatkan media internet serta proses membuat dan mendesain produk kesenian hantaran pernikahan. Hasil dari pengisian kuesioner oleh para peserta juga menunjukkan hasil yang baik.

Luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat meliputi beberapa jenis, yaitu:

1. Bagi peserta, luaran yang dicapai yaitu peningkatan pengetahuan dan pemahaman terkait cara memasarkan lewat media sosial agar jangkauannya lebih luas dan memanfaatkan tools yang tersedia untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi serta proses membuat dan mendesain produk kesenian hantaran pernikahan siap

- dijual di pasaran yang dapat dilihat dari evaluasi kegiatan.
2. Bagi tim pengabdian, luaran yang dicapai adalah draft modul yang dapat digunakan untuk pelatihan selanjutnya atau menjadi rujukan modul pelatihan pemasaran digital untuk memasarkan dan menjual produk masyarakat khususnya desa Langensari.

## KESIMPULAN

Masyarakat di kelurahan Langensari dalam kegiatan peningkatan pengetahuan dan pemahaman terkait pemasaran digital Produk serta membuat dan mendesain produk kesenian hantaran pernikahan yang siap dijual di pasaran sangat antusias dan kreatif. Seluruh peserta sepakat bahwa pengelolaan keuangan sederhana sangatlah penting dan harus dilakukan jika kita memiliki usaha kecil. Selain itu dengan adanya pengelolaan keuangan sederhana dapat membantu, sekaligus mendokumentasikan pembukuan baik itu untuk pengeluaran maupun pemasukan. Perlu adanya pendampingan lebih dalam pemasaran secara digital untuk mempromosikan dan menjual produk kesenian hantaran pernikahan agar menjangkau konsumen yang lebih luas sekaligus mengasah kreativitas agar dapat menghasilkan produk sederhana yang layak jual untuk menambah pendapatan masyarakat kelurahan Langensari Kabupaten Ungaran.

Untuk tahapan berikutnya diharapkan dapat terjalin kerjasama dalam pelatihan maupun sosialisasi terkait pemasaran digital produk masyarakat desa Langensari dan proses membuat dan mendesain produk kesenian hantaran pernikahan. Kegiatan ini tentunya membutuhkan koordinasi dan persiapan yang lebih matang dari pada kegiatan yang sebelumnya. Hal ini dapat menjadi tindak lanjut dari MoU yang telah ditandatangani oleh para pihak yang nantinya bisa memberikan maupun ikut berpartisipasi dalam berjalannya program kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Lancarnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim Dosen dari Prodi S1 Bisnis Digital dan S1 Desain Fasion tak luput dari dukungan instansi terkait. Terimakasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan teruntuk Universitas Ngudi Waluyo sebagai donator pembiayaan jalannya pengabdian kepada masyarakat, Kepala Desa Langensari yang ikut mensupport jalannya pengabdian kepada masyarakat dengan mendukung sarana dan prasarana yang dibutuhkan, anggota tim pengabdian kepada masyarakat yang mendukung dalam membimbing para peserta pelatihan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur. (2015). *Kewirausahaan: Suatu Alternatif Lain Menuju Kesuksesan*. Surakarta: BPK FEB UMS.
- Anon. (2008). "Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah."
- Aziz, Abdul. (2021). "Meningkatkan Kompetensi Pelaku Wirausaha Di Desa Tambakroto Pekalongan." *Jurnal Bakti Humaniora*, vol. 1(2), 3–5.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Herlinda. (2017). "Manajemen Pelatihan Hantaran Dalam Meningkatkan Kecakapan Di Lembaga Kursus Dan Pelatihan." *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, vol. 1(1), 1–9.
- Ibrahim. (2010). *Perencanaan Pengajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Jessica J Lenzun, James D,D Massie, Decky Adare. (2014). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel." *EMBA*, 2(3).
- Sumodiningrat. (2015). *Menuju Ekonomi Berdikari Pemberdayaan UMKM Dengan Konsep OPOP – OVOP – OVOC*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Terry. (2010). *Principles Of Management*.

Homewood Illinois: Richard D. Irwin  
Inc.  
Usman. (2004). *Dasar - Dasar Organisasi*.  
Yogyakarta: Gadjah Mada University  
Press.