

STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK KAMPUNG AKRILIK MENGGUNAKAN METODE E-WOM

Sri Restu Ningsih^{*1}, Hesty Aisyah², Arika Juwita Z.³, Arif Rahman Huzaifa⁴, Harman Nasution⁵

^{1,4,5}) Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Industri Kreatif, Universitas Metamedia

^{2,3}) Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Teknologi dan Industri Kreatif, Universitas Metamedia

e-mail: srestuningsih@stmikindonesia.ac.id

Abstrak

Permasalahan yang terjadi di Kampung Akrilik adalah belum adanya teknologi pemasaran untuk mempromosikan produk kerajinannya dan minimnya pengetahuan pengrajin tentang teknologi pemasaran untuk produk Kampung Akrilik. Solusi dari permasalahan yang didapat yaitu dengan memberdayakan anggota pengrajin dengan penerapan teknologi dan memberikan pelatihan dan bimbingan secara teknis kepada semua anggota dalam menggunakan digital marketing dengan aplikasi e-commerce sebagai strategi pemasaran produk., serta strategi dalam manajemen pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan dalam pemasaran produk ini adalah metode e-WOM dengan aplikasi e-commerce. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi lima tahap, yaitu : identifikasi kebutuhan, pendampingan operasional, sosialisasi dan pelatihan teknologi kepada mitra, pengujian sistem dan tahap implementasi teknologi kepada mitra. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah berupa pemasaran produk secara digital dengan aplikasi e-commerce dalam bentuk website yang nantinya dapat memudahkan pkerajinan dalam pemasaran produk. Berdasarkan hasil kusioner yang diisi oleh para responden, didapat bahwa 89% para anggota pengrajin tidak mengetahui tentang digital marketing, 86% responden menyatakan aplikasi e-commerce sangat menarik dan dan 85% responden menyatakan bermanfaat untuk pemasaran produk dan menambah wawasan. Dapat diambil kesimpulan bahwa pelatihan dan penerapan aplikasi ini dapat menambah wawasan dan peningkatan pengetahuan bagi para anggota pengrajin di kampung akrilik tentang teknologi yang berhubungan dengan digital marketing.

Kata kunci: Kampung Akrilik, E-Commerce, E-Wom, Website, Digital Marketing

Abstract

The problem that occurs in Acrylic Village is that there is no marketing technology to promote their craft products and the craftsmen's lack of knowledge about marketing technology for Acrylic Village products. The solution to the problems obtained is by empowering craftsmen members with the application of technology and providing technical training and guidance to all members in using digital marketing with e-commerce applications as a product marketing strategy, as well as strategies in product marketing management to increase sales. The method used in marketing this product is the e-WOM method with e-commerce applications. The activity implementation method includes five stages, namely: needs identification, operational assistance, technology outreach and training to partners, system testing and technology implementation stage to partners. The result of this PKM activity is in the form of digital product marketing with an e-commerce application in the form of a website which will later make craftsmanship easier in product marketing. Based on the results of the questionnaire filled out by respondents, it was found that 89% of craft members did not know about digital marketing, 86% of respondents said e-commerce applications were very interesting and 85% of respondents said they were useful for marketing products and increasing insight. It can be concluded that training and application of this application can increase insight and increase knowledge for craftsmen in the acrylic village regarding technology related to digital marketing.

Keywords: Acrylic Village, E-Commerce, E-Wom, Website, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang baru, bernilai, bermanfaat dan membutuhkan usaha serta waktu dengan memperhatikan risiko sosial, fisik, dan keuangan, sehingga mendapatkan imbalan dalam bentuk uang dan kepuasan personal serta independensi (Zahreni & Handoyo, 2021). Untuk itu teknologi sangat diperlukan dalam melakukan suatu usaha. Dalam upaya pembangunan wilayah Kota Padang melalui Kampung Tematik, Pemerintah telah membuat kerja sama dengan beberapa Perguruan Tinggi di kota Padang. Kampung tematik merupakan salah satu dari 11

program unggulan pemerintah kota Padang yang akan dikembangkan dari satu kelurahan yang dipilih dari masing-masing kecamatan di kota Padang (Ade Irma Suryani et al., 2022). Untuk mewujudkan Kampung Tematik yang terus berkembang, maka dibutuhkan kerjasama dari beberapa Perguruan Tinggi dalam program ini. Dukungan dan kerjasama yang baik dari beberapa perguruan tinggi sangat diharapkan agar Kampung Tematik ini bisa terwujud.

Kampung Tematik adalah sebuah inovasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengatasi kemiskinan dan pemerataan pembangunan (Tamara & Rahdriawan, 2018). Masing-masing kampung tematik dalam satu daerah memiliki tema yang berbeda satu sama lain, penetapan Kampung Tematik di masing-masing kecamatan ini berbasiskan potensi, budaya dan kearifan lokal (Nanang Fatchurrohman, Mutiara Yetrina, 2023). Diharapkan Kampung Tematik ini menjadi salah satu objek wisata baru yang dilirik oleh wisatawan di kota Padang, sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat yang berada di lingkungan Kampung Tematik. Hal ini telah diwujudkan dengan adanya audiensi antara Pemerintah kota Padang dengan pimpinan Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah X Padang serta sejumlah pimpinan perguruan tinggi yang ada di kota Padang (Ningsih et al., 2023).

Kampung Akrilik merupakan salah satu kampung tematik yang berdiri sejak tahun 2016 yang diprakarsai oleh Ibu Fitriai Wetri sebagai Tutor dalam usaha produksi ini dan juga sebagai ketua di Kampung Akrilik. Bagi ibu rumah tangga, menjadi pebisnis online bisa menjadi pilihan tersendiri untuk mengisi kekosongan pekerjaan rumah tangga. Semua anggota Kampung Akrilik yang berada di Kampung KB Berok, Kelurahan Gunung Pangilun, Kecamatan Padang Utara, kota Padang (Sumatera Barat), telah diberikan pelatihan keterampilan merajut untuk peningkatan ekonomi keluarganya, yaitu dalam membuat berbagai macam tas rajutan dan tas akrilik dalam berbagai model. Berkat pelatihan merajut, kini Ibu Rumah Tangga (IRT) tersebut, memiliki penghasilan sendiri, dan dapat membantu perekonomian keluarga ditengah kesulitan dari masa pandemi ini.

Sebelum melaksanakan kegiatan PkM, tim dosen telah melakukan survey di lokasi mitra yang terletak di Berok Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara. Ketua dari Kampung Akrilik yang beranggotakan sebanyak 30 orang pada umumnya terdiri dari ibu-ibu rumah tangga maupun pemuda yang berada di lingkungan wilayah Kecamatan Padang Utara.

Permasalahan yang terjadi di lingkungan Kampung Akrilik saat ini adalah belum adanya penggunaan teknologi dalam pemasaran produk, dimana rata-rata anggota tidak memiliki pengetahuan teknologi dalam memasarkan produknya. Sebagaimana kita ketahui bahwa dengan pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih, media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran suatu produk, karena setiap orang memiliki handphone untuk menunjang kegiatannya dalam bekerja maupun dalam melakukan sosialisasi antar sesama. Kegiatan PkM ini bertujuan untuk menerapkan teknologi pemasaran dalam bentuk marketing digital kepada para anggota pengrajin kampung akrilik dalam memasarkan produknya, dengan menggunakan metode e-Wom. E-Wom adalah pemasaran viral atau disebut juga dengan istilah electronic word of mouth (e-Wom), yang menurut Kotler dan Keller (2016) adalah pemasaran menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut untuk mendukung usaha dan tujuan pemasaran (Hariono, 2019). Jadi dalam hal ini aplikasi e-commerce sebagai pemasaran digital ditampilkan di internet sebagai website pemasaran produk secara digital, sehingga nantinya usaha dari kampung akrilik ini memiliki website tersendiri dalam pemasaran produknya.

Dalam kegiatan ini, tim PKM memberikan pelatihan dan pendampingan kepada seluruh anggota kampung akrilik tentang penggunaan teknologi untuk menerapkan digital marketing dalam bentuk aplikasi e-commerce untuk memasarkan produknya ke masyarakat. Target setelah terlaksananya Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah agar seluruh anggota kampung akrilik bisa mengenal dan menggunakan teknologi dengan baik dan dapat mengimplementasikan teknologi dalam memasarkan produk yang lebih baik guna meningkatkan penjualan produk secara optimal.

METODE

Kegiatan PKM ini dilakukan oleh 3 tim Dosen dan dibantu oleh 3 orang mahasiswa. Metode penelitian dari kegiatan PKM ini berbentuk penerapan teknologi dengan pelatihan dan pendampingan, yang pelaksanaannya meliputi 5 tahap, yaitu : identifikasi kebutuhan, pendampingan operasional, sosialisasi dan pelatihan teknologi kepada mitra, pengujian sistem dan tahap implementasi teknologi kepada mitra.

Kegiatan-kegiatan dari masing-masing tahapan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan

Tujuan dari tahap identifikasi kebutuhan adalah untuk mendapatkan gambaran kerja beserta urutan pelaksanaan kegiatan yang akan dijadikan pedoman pada setiap kegiatan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada tahap identifikasi kebutuhan adalah: (a) Survey lapangan, (b) Melakukan wawancara terhadap mitra tentang kebutuhan dalam pemasaran produk. Tim pelaksana mengadakan pertemuan persiapan pelaksanaan. Selanjutnya tim melakukan sosialisasi dalam bentuk koordinasi dengan mengundang semua anggota pengrajin yang ada sebanyak 30 orang, yang berkenaan dengan program yang akan dilaksanakan. (c) Penyusunan program pelatihan. Program pelatihan ini disusun berdasarkan hasil dari identifikasi, hasil analisis permasalahan, hasil analisis kebutuhan, dan hasil analisis potensi dari kampung akrilik.

2. Pendampingan Operasional

Pendampingan operasional merupakan tindakan lanjut dalam kegiatan ini. Adapun kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan dalam pendampingan operasional adalah : a) Pembentukan beberapa kelompok anggota pengrajin berdasarkan tingkatan lokasi tempat tinggal. b) Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi dalam pemasaran digital. c) Memberikan sosialisasi kepada mitra tentang teknologi pemasaran digital dalam bentuk aplikasi e-commerce. Pada pelaksanaan kegiatan ini, seluruh perangkat yang digunakan untuk pelatihan seperti perangkat komputer dan peralatan infokus disediakan oleh tim pelaksana, sedangkan mitra berpartisipasi dalam menyediakan dan menyiapkan tempat pelatihan seperti ruang kelas, listrik, meja dan tempat duduk peserta.

3. Sosialisasi dan Pelatihan Teknologi Kepada Mitra

Sosialisasi dan pelatihan teknologi kepada mitra dilakukan supaya mitra paham dengan penggunaan teknologi yang akan digunakan dalam pemasaran produk. Setelah melakukan sosialisasi dan pelatihan, maka dilakukan observasi, yaitu untuk mengetahui apakah kendala, kekurangan dan kelemahan yang muncul dalam proses pelatihan dan pemahaman anggota mitra terhadap teknologi pemasaran digital.

4. Pengujian Sistem

Pengujian Sistem dilakukan sebelum aplikasi diimplementasikan kepada mitra. Tujuan dari pengujian sistem ini adalah agar tim PKM dapat mengetahui apakah aplikasi ini telah layak digunakan oleh mitra, sehingga mitra dapat mengoperasikan aplikasi pemasaran digital secara efektif dan tanpa kendala dalam meningkatkan pemasaran produk Kampung Akrilik.

5. Implementasi Teknologi

Akhir dari kegiatan ini tim PKM dosen STMIK Indonesia Padang melakukan implementasi penggunaan aplikasi e-commerce kepada mitra, sehingga mitra dapat secara langsung menggunakan teknologi aplikasi pemasaran sesuai dengan kebutuhan dan tujuan dari pemasaran produk secara digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pra Kegiatan

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, tim PKM telah melakukan survey atau wawancara langsung dengan koordinator Kampung akrilik untuk mendapatkan data tentang apa kebutuhan dalam pemasaran produk kampung akrilik. Persiapan awal adalah melaksanakan rapat dan diskusi dengan tim PKM untuk mempersiapkan pelaksanaan kegiatan selanjutnya. Persiapan berikutnya adalah tim PKM membuat materi, aplikasi dan modul pelatihan yang nantinya akan diberikan kepada mitra. Persiapan terakhir adalah tim membagi tugas untuk pelaksanaan kegiatan serta menyiapkan perangkat yang diperlukan selama pelaksanaan kegiatan PKM. Dalam kegiatan awal ini tim meminta data berupa foto produk dan harga produk untuk dimasukkan ke dalam aplikasi pemasaran digital. Adapun produk dari kampung akrilik ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk-produk kampung akrilik

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara langsung di rumah industri Zai Zha Accessories yang berada di kawasan Kampung Akrilik, yang lokasinya berada di Gunung Pangilun Kota Padang. Kegiatan dilaksanakan selama satu hari khusus untuk sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi digital marketing kepada mitra. Setelah melakukan sosialisasi dan pelatihan, maka tim melakukan implementasi program kepada mitra. Mitra diberikan pelatihan bagaimana menggunakan aplikasi e-commerce dengan efektif. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan ini ditampilkan pada Gambar 3 dan Gambar 4.

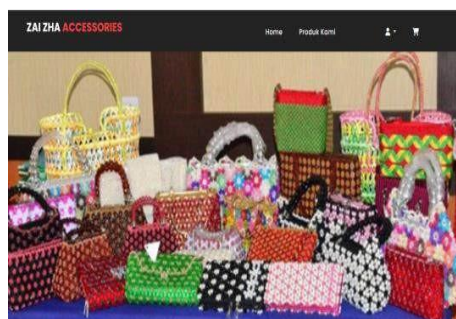


Gambar 3. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan

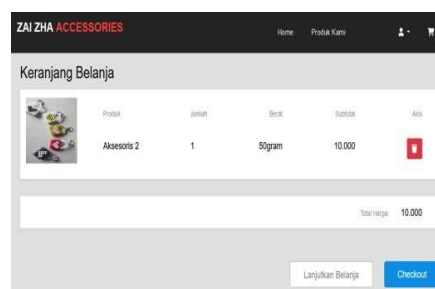


Gambar 4. Foto bersama dengan mitra

Diawal kegiatan terdapat dua penjelasan materi yang diberikan oleh tim kepada mitra yaitu apa itu aplikasi e-commerce dan bagaimana cara mengoperasikannya untuk pemasaran digital. Mitra diberi pelatihan bagaimana langkah-langkah dalam menggunakan aplikasi e-commerce. Bentuk dari pelatihan berupa penyampaian materi dengan menggunakan slide power point yang disajikan seperti pada Gambar 5 dan Gambar 6.



Gambar 5. Halaman Beranda



Gambar 6. Keranjang Belanja

Evaluasi Kegiatan

Proses evaluasi dan monitoring dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan dengan menggunakan Google Form untuk meninjau tingkat pengetahuan dan kepuasan anggota pengrajin Kampung Akrilik terhadap materi yang diberikan. Selain itu tujuan dari evaluasi dan monitoring ini adalah untuk memotivasi anggota pengrajin Kampung Akrilik yang sudah dapat menggunakan aplikasi e-commerce, sehingga anggota pengrajin dapat menggunakannya untuk pemasaran produk secara digital. Hal ini akan membuat anggota pengrajin dapat konsisten dan tetap bersemangat dalam membuat karya seni serta pengembangan produk yang lebih inovatif dan berteknologi tepat guna.

Lebih lanjut melalui Google Form, para peserta diberikan pertanyaan lebih spesifik mengenai kegiatan pendampingan pelatihan tentang aplikasi e-commerce serta bagaimana pendapat mereka terhadap materi yang disampaikan oleh tim PKM. Peserta diberikan daftar pertanyaan evaluasi kegiatan PKM, seperti yang tertera pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Daftar pertanyaan evaluasi kegiatan PKM

No.	Pertanyaan	Penilaian			
		Sangat tidak mengetahui	Tidak mengetahui	Mengetahui	Sangat mengetahui
1.	Apakah Anda telah mengetahui sebelumnya tentang digital marketing ?	Sangat tidak mengetahui	Tidak mengetahui	Mengetahui	Sangat mengetahui
2.	Bagaimana pendapat Anda tentang aplikasi e-commerce ini secara keseluruhan ?	Sangat tidak menarik	Tidak menarik	Menarik	Sangat menarik
3.	Apakah materi yang disampaikan Tim bermanfaat untuk pemasaran produk atau menambah wawasan Anda?	Sangat tidak bermanfaat	Tidak bermanfaat	Bermanfaat	Sangat bermanfaat
4.	Bagaimanakah tanggapan Anda tentang cara penyampaian materi dari Tim ?	Sangat tidak jelas	Tidak jelas	Jelas	Sangat jelas
5.	Bagaimanakah interaksi Tim dengan para peserta PKM?	Sangat tidak baik	Tidak baik	Baik	Sangat baik
6.	Berikan kritik dan saran				
7.	Berikan saran topik apa yang ingin dibahas pada Kelas Pendampingan selanjutnya				

Berdasarkan Tabel 1, dilihat dari hasil kusioner yang diisi oleh para anggota pengrajin, didapatkan nilai 89% anggota pengrajin kampung akrilik tidak mengetahui dan tidak memahami tentang digital marketing, dan 11% menyatakan sudah mengetahui tentang digital marketing ini. Untuk tanggapan terkait materi tentang aplikasi e-commerce yaitu menyatakan 86% sangat menarik dan 14% menyatakan menarik. Untuk materi yang disampaikan Tim apakah bermanfaat untuk pemasaran produk atau menambah wawasan, 85% responden menyatakan sangat bermanfaat, dan 15% menyatakan bermanfaat. Tanggapan peserta tentang cara penyampaian materi narasumber yaitu 81% menyatakan sangat jelas dan 19% menyatakan jelas. Tanggapan peserta mengenai interaksi narasumber dengan peserta yaitu 85% menyatakan sangat baik dan 15% menyatakan baik.

Berdasarkan dari hasil kusioner, respon dari anggota pengrajin sangat antusias dan semangat dalam mengikuti kegiatan pengabdian ini. Pada saat kegiatan terlihat bahwa peserta lebih banyak merespon dengan memberikan beberapa pertanyaan yang terkait materi pelatihan, dan sangat setuju dengan penggunaan digital marketing dengan aplikasi e-commerce.

Melalui kegiatan ini, mitra beserta anggota pengrajin kampung akrilik dapat memahami konsep dari digital marketing dan bagaimana cara mengoperasikan aplikasi e-commerce. Melalui kegiatan ini diharapkan mitra dan pengrajin pemasaran produk di kampung akrilik terjadi peningkatan pada penjualan produk, dengan menggunakan aplikasi e-commerce sebagai digital marketingnya.

Kendala Selama Kegiatan

Selama kegiatan PKM, ada beberapa hal yang menjadi kendala selama pelaksanaan kegiatan, yaitu pertama jaringan internet peserta yang tidak stabil karena ada beberapa anggota pengrajin yang menggunakan jaringan internet yang berbeda sehingga memberikan sinyal yang kurang baik. Kedua, pelaksanaan kegiatan bersamaan dengan waktu produksi anggota pengrajin, sehingga pada saat

pelatihan, banyak materi yang terlewatkan oleh anggota. Ketiga, waktu yang terlalu singkat, sehingga ketika melakukan pelatihan penugasan, tidak semua anggota menyelesaikan tugas yang diberikan oleh tim PKM, dan keempat, waktu pelatihan yang bersamaan dengan waktu ibu rumah dalam menyelesaikan tugasnya sebagai seorang ibu rumah tangga seperti memasak, mengantarkan anak sekolah dan lain sebagainya, sehingga anggota yang bisa hadir hanya 15 anggota pengrajin dari total 30 anggota pengrajin yang ada.

SIMPULAN

Dari semua tahapan kegiatan pengabdian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan keberdayaan industri rumahan mitra dengan adanya pemasaran produk kampung akrilik secara digital dengan menggunakan aplikasi e-commerce. Kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan mitra tentang teknologi yang dapat digunakan dalam pemasaran produk. Disamping itu sosialisasi dan pelatihan penerapan marketing digital dalam bentuk e-commerce ini memberikan dampak yang baik terhadap mitra dan pengrajin di kampung akrilik, karena telah memotivasi ketua dan semua anggota pengrajin kampung akrilik untuk dapat lebih meningkatkan pemasaran produknya melalui aplikasi e-commerce.

Dari hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim PKM, dan setelah dilakukan sosialisasi dan pelatihan, maka berdasarkan hasil kusioner yang diisi oleh para responden, didapat bahwa 89% para anggota pengrajin tidak mengetahui tentang digital marketing, 86% responden menyatakan aplikasi e-commerce sangat menarik dan 85% responden menyatakan bermanfaat untuk pemasaran produk dan menambah wawasan. Untuk tanggapan peserta tentang cara penyampaian materi narasumber yaitu 81% menyatakan sangat jelas, dan 85% interaksi tim dengan para peserta PKM sangat baik. Berdasarkan hasil kusioner di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa pelatihan dan penerapan aplikasi ini dapat menambah wawasan dan peningkatan pengetahuan bagi para anggota pengrajin di kampung akrilik tentang teknologi yang berhubungan dengan digital marketing.

SARAN

Penting untuk dilakukan berbagai inovasi teknologi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya dalam memasarkan produk-produk industri rumah tangga kepada masyarakat luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemdikbudristek) yang telah mendanai kegiatan PKM ini, dan kepada Rektor Universitas Metamedia yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam pelaksanaan kegiatan ini, serta penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Metamedia atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan program kegiatan serta semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan secara moril.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irma Suryani, Ningsih, S. R., Darwas, R., & Rahimullaily, R. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Kampung Akrilik. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 828–834.
- Hariono, L. (2019). Apakah E-Wom (Electronic Word of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(1). <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i1.4946>
- Nanang Fatchurrohman, Mutiara Yetrina, M. F. (2023). Pengembangan, Sosialisasi Produk, Desain Kerajinan, Baru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 02(01), 18–23.
- Ningsih, S. R., Metamedia, U., Suryani, A. I., Metamedia, U., Darwas, R., Metamedia, U., Metamedia, U., Tasnim, M., & Metamedia, U. (2023). Pelatihan Pembuatan Studio Mini dan Teknik Digital Foto Produk Kampung Akrilik Berbasis Android. 7(01), 105–114.
- Tamara, A. P., & Rahdriawan, M. (2018). Kajian Pelaksanaan Konsep Kampung Tematik di Kampung Hidroponik Kelurahan Tanjung Mas Kota Semarang. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 6(1), 40.
- Zahreni, S., & Handoyo, S. (2021). Pengembangan pola pikir kewirausahaan pada ibu-ibu ikbi ptpn xiv. 312–316.