



PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA PAGUYUBAN UKM KERAJINAN BAMBU BRAJAN MELALUI PENERAPAN DIGITAL MARKETING DI DESA SENDANGAGUNG MINGGIR SLEMAN

Yuni Istanto¹, Gunawan Nusanto², Sri Dwi Ari Ambarwati³

¹Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

² Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

³Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

¹ E-mail address yuni.istanto@upnyk.ac.id; ² E-mail address
gunawan.nusanto@upnyk.ac.id;

Abstract

This community service is a downstreaming of the research results that have been carried out by servants in 2020 with the influence of innovation on social media adoption on the marketing performance of Sleman SMEs. This community service partner is the Brajan Sleman Bamboo Craft UKM Association. The results of research conducted by researchers in 2020 show that many SMEs in Sleman, especially the Bambu Brajan SMEs, have greatly prevented Covid-19 and sales have decreased drastically. The decline in sales of bamboo handicrafts has caused the people in the Brajan area to be threatened with poverty. Research findings that have been carried out by researchers, show that the ability to change the direction of digital marketing is an urgent matter that causes sales to decline. This community service program is intended to assist SMEs producing Bamboo handicrafts in Brajan to be able to rise again during the new normal covid-19 pandemic. Some of these community service programs are carried out to help improve the skills of SME human resources in dealing with digital marketing, through training programs on social media creation, website creation, and how to enter the market to increase demand for products produced by bamboo craftsmen and assistance in improving HR soft skills. This community service is important to do. Bamboo SMEs in Brajan are very vulnerable to the COVID-19 crisis so that they are empowered to be strong in facing crisis conditions through mastering internet and digital technology. Of the various problems faced by partners, this community service justifies the problem with partners, namely the ability to adopt technology by Brajan bamboo handicraft SMEs.

Keywords: *Bamboo crafts, community empowerment, digital marketing, alleviating poverty*

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini merupakan hilirisasi hasil riset yang telah dilakukan oleh pengabdian di tahun 2020 dengan judul pengaruh inovasi pada adopsi media sosial terhadap kinerja pemasaran UKM Sleman. Mitra pengabdian masyarakat ini yaitu paguyuban UKM Kerajinan Bambu Brajan Sleman. Hasil riset terhadap yang sudah dilakukan peneliti di tahun 2020

menunjukkan bahwa banyak UKM di Sleman terkhusus UKM Bambu Brajan sangat terdampak Covid-19 dan penjualan menurun drastis. Penurunan penjualan kerajinan bambu ini menyebabkan masyarakat di daerah Brajan terancam mengalami kemiskinan. Temuan riset yang sudah dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa kemampuan untuk merubah ke arah pemasaran digital menjadi hal urgent yang menyebabkan penurunan penjualan. Program pengabdian masyarakat ini ditujukan untuk mendampingi UKM-UKM penghasil kerajinan Bambu di Brajan agar mampu untuk bangkit kembali dalam masa new normal pandemi covid-19. Beberapa program pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk membantu meningkatkan ketrampilan sumber daya manusia UKM dalam menghadapi pemasaran digital, melalui program pelatihan pembuatan social media, pembuatan website dan cara memasuki *market place* untuk meningkatkan permintaan produk yang dihasilkan oleh pengrajin bambu dan pendampingan peningkatan *softskill* SDM. Pengabdian masyarakat ini penting dilakukan karena UKM-UKM Kerajinan Bambu di Brajan sangat terdampak krisis COVID-19 sehingga harus diberdayakan agar kuat menghadapi kondisi krisis melalui penguasaan teknologi internet dan digital. Dari berbagai masalah yang dihadapi mitra, pengabdian masyarakat ini justifikasi masalah bersama mitra, yaitu kemampuan adopsi teknologi oleh UKM-UKM kerajinan bambu Brajan.

Kata Kunci: Kerajinan bambu, pemberdayaan masyarakat, pemasaran digital, mengentaskan kemiskinan

PENDAHULUAN

Desa Wisata Brajan adalah salah satu dusun sentra kerajinan bambu yang terletak di desa Sendang Agung, Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Brajan ini dikenal sebagai desa wisata kerajinan bambu karena 98 persen penduduknya adalah pengrajin bambu. Nama Brajan diambil dari Kyai Braja Setiko, seorang pertapa yang mengajarkan anyaman dari bambu untuk keperluan upacara adat. Ketika Kyai Braja meninggal, desa itu dinamai Brajan. Waktu itu, penduduk setempat pencahariannya adalah petani. Di waktu luang banyak yang membuat peralatan dapur dari anyaman bambu, besek, wakul dan pincuk.

Desa Brajan ini mulai berkembang jadi pusat kerajinan bambu sejak tahun 1991. Salah satu perajin, yang merupakan generasi ketiga adalah Sulisman. Semula dia membuat 4 kerajinan bambu berupa kap lampu, tempat tisu, tempat buah dan tempat koran. Dulu dari para pengrajin di Desa Bambu Brajan hanya membuat cething dan peralatan dapur. Seiring dengan perkembangan jaman kerajinan bambu mengalami diversifikasi hingga saat ini telah menghasilkan lebih dari 110 jenis kerajinan bambu.

Mata pencaharian masyarakat yang lain adalah kerajinan dari bambu jenis bambu apus atau "pring apus" yang banyak ditemui di dusun-dusun di

wilayah Kecamatan Minggir. Sentra kerajinan anyaman bambu yang menghasilkan perabot rumah tangga seperti besek, tenggok, tumbu, tambir, tampah, kalo, dan kepeng, dan juga penghias rumah seperti lampu gantung. Bahkan hasil kerajinan dari bambu ini telah menembus pasar ekspor di luar negeri. Pertanian adalah kegiatan usaha yang meliputi budi daya tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, kehutanan, dan peternakan. Luas lahan di Kecamatan Minggir adalah 2.727 Ha, paling banyak dimanfaatkan untuk tanah sawah sebesar 1.257 Ha (46,09%). Diseluruh desa yang ada di Kecamatan Mnggir terdapat perusahaan penggilingan padi sebanyak 37, terbanyak terletak di Desa Sendangagung sebanyak 9 perusahaan.

Desa Sendangagung mempunyai mata pencaharian sebagai petani padi, selain itu ada juga yang bercocok tanam mendong untuk dibuat tikar. Masing-masing wilayah di Desa Sendangagung mempunyai keunggulan tersendiri yaitu kelompok kerajinan batik, sanggar seni budaya, wahana top rafting, kerajinan tatah wayang, kerajinan bambu, dan tradisi kirab tunggul wulung. Potensi sumber daya manusia di desa Sendangagung terlihat melalui pementasan jathilan, tarian, badui, kuntulan, tayub, wayang,

kethoprak, dan sebagainya.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Program pengabdian masyarakat ini ditujukan untuk mendampingi UKM-UKM penghasil kerajinan Bambu di Brajan agar mampu untuk bangkit kembali dalam masa new normal pandemi covid-19. Beberapa program pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk membantu meningkatkan ketrampilan sumber daya manusia UKM dalam menghadapi pemasaran digital, melalui program pelatihan pembuatan social media, pembuatan website dan cara memasuki *market place* untuk meningkatkan permintaan produk yang dihasilkan oleh pengrajin bambu dan pendampingan peningkatan *softskill* SDM. Pengabdian masyarakat ini penting dilakukan karena UKM-UKM Kerajinan Bambu di Brajan sangat terdampak krisis COVID-19 sehingga harus diberdayakan agar kuat menghadapi kondisi krisis melalui penguasaan teknologi internet dan digital. Dari berbagai masalah yang dihadapi mitra, pengabdian masyarakat ini justifikasi masalah bersama mitra, yaitu kemampuan adopsi teknologi oleh UKM-UKM krajinan bambu Brajan.

Metode pelaksanaan kegiatan

terkait dengan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra, yaitu kegiatan pelatihan teknologi digital dan bagi UKM Kerajinan Bambu Brajan Desa Sendangagung, Pelatihan softskill pengelola UKM dan karyawan UKM Kerajinan Bambu Brajan Desa Sendangagung, Pembuatan website potensi UKM Kerajinan Kerajinan Bambu Brajan Desa Sendangagung., Pembuatan online business bagi UKM Kerajinan Bambu Brajan Desa Sendangagung yang sudah siap untuk dipromosikan ekspor.

Pelaksanaan Kegiatan

Program pelaksanaan kegiatan pertama dilakukan pada bulan Mei dengan dibagi menjadi 2 sesi. Sesi

pertama yaitu Rabu, 12 Mei 2021 dengan topik sosialisasi platform pemasaran digital, jumlah peserta dibatasi sebanyak 8 peserta porang dan menerapkan protokol kesehatan. Sesi kedua yaitu Rabu, 26 Mei 2021 dengan topik yang sama yaitu sosialisasi platform pemasaran digital dengan jumlah peserta 8 orang. Peserta pada pelatihan ini merupakan para pengusaha UKM di Bambu Brajan yang menjadi target utama untuk pemanfaatan pemasaran digital. Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya dalam menyampaikan wawasan serta pemahaman kepada para pelaku usaha tentang manfaat media sosial serta kegunaan pemasaran secara digital untuk mengembangkan usaha mereka.



Gambar 1. Kerajinan UKM Bambu Brajan



Selanjutnya adalah program pelatihan mengenai cara memasuki *market place*, pelaksanaan sosialisasi program ini dibagi menjadi 2 sesi yaitu sesi pertama Kamis, 3 Juni 2021 dengan jumlah peserta 8 orang dan sesi kedua Kamis, 10 Juni 2021 dengan jumlah peserta 7 orang. Pada pelaksanaan sosialisasi platform digital ini diharapkan pelaku UKM dapat mengetahui, memahami, dan

menguasai penggunaan platform digital sebagai sarana untuk pemasaran. Program sosialisasi mengenai pembuatan website dilaksanakan pada Senin, 21 Juni 2021 dengan jumlah peserta 9 orang. Dalam sosialisasi ini partisipasi pemilik UKM Kerajinan Bambu Brajan disambut dengan baik dan sangat antusias.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

Indikator Keberhasilan	Uraian
1. Memahami pemasaran digital	Pemilik UKM di Kerajinan Bambu Brajan memasarkan produk berbasis online melalui platform seperti Facebook dan Instagram, serta melalui pemasaran e-marketplace seperti shopee, tokopedia, bukalapak, dan lain-lain.
2. Memahami mengenai cara memasuki <i>market place</i>	Pemilik UKM Kerajinan Bambu Brajan mampu memahami cara memasuki <i>market place</i> , seperti shopee, lazada, dan lain-lain.
3. Sosialisasi mengenai pembuatan website (memahami tentang website)	Pemilik UKM di Kerajinan Bambu Brajan cukup mampu memahami mengenai apa itu website.

Pembahasan

1. Sosialisasi platform pemasaran digital.

Program pengabdian yang pertama yaitu sosialisasi platform pemasaran digital. Tahap

pengenalan dimulai dengan pengenalan tentang digital pemasaran. Dimulai dari definisi, dan pembahasan mengenai pemasaran digital. Pemasaran sangat penting untuk keberlanjutan

UKM. Bisnis mulai mengembangkan halaman web, dan mencari cara untuk menjual produk secara online, dan sebagai hasilnya, internet menjadi komponen penting dalam *Integrated Marketing Communication*. Seiring dengan teknologi modern yang terus muncul, peluang yang tidak terbatas bagi UKM untuk menjadi sukses sekarang lebih dari sebelumnya (Bresciani and Eppler, 2010). Dalam konteks pemasaran platform sangatlah berperan penting, pengusaha bisa menggunakannya untuk memasarkan atau mempromosikan produknya melalui Facebook, Instagram, Blog, *e-commerce*, dan lain-lain. Jenis pemasaran internet yang memanfaatkan media sosial dalam upaya memasarkan bisnis dan mencapai tujuan merek disebut sebagai pemasaran media sosial (Husain, Ghufran and Chaubey, 2016). Pemasaran media sosial terdiri dari penggunaan alat media sosial seperti Twitter, LinkedIn, dan Facebook untuk menjangkau konsumen (Karimi & Naghibi, 2015). Banyak bisnis menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran utama mereka

karena paparannya kepada banyak orang dan efektivitas biaya.

2. Pelatihan mengenai cara memasuki *market place*

Dalam perkembangannya, UKM menghadapi banyak masalah sehingga untuk menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing UKM. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital saat ini khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan berbagai macam kegunaannya, hal ini yang menjadikan internet sebagai kebutuhan pokok bagi sebagian besar orang disamping kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi & Saputra, 2017). Marketplace juga memiliki banyak program promo (gratis ongkir, cashback dan diskon) sehingga mampu menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja di toko online milik UKM. Cox (2012) menyatakan

bahwa media sosial memungkinkan bisnis untuk jaringan dengan pelanggan mereka, dan membangun hubungan, sementara mereka mendapatkan pemahaman yang lebih besar tentang kebutuhan mereka. Sosial media memungkinkan UKM untuk memasarkan ke massa jauh melampaui demografi normal mereka. Untuk UKM untuk mendapatkan keuntungan dari keuntungan ini, mereka harus pergi ke pelanggan potensial mereka.

3. Sosialisasi mengenai pembuatan website

Pada era saat ini perkembangan teknologi sangatlah pesat. Internet sudah merupakan hal biasa di setiap lapisan masyarakat. Program pengabdian yang ketiga yaitu sosialisasi mengenai pembuatan website. Pada kegiatan dimulai dengan pengenalan tentang apa itu website dan bagaimana cara pembuatan website. Terdapat beberapa pemilik UKM yang belum memahami bagaimana cara membuat website. Tujuan yang ingin dicapai dari sosialisasi ini agar para pelaku UKM di Desa Kerajinan Bambu Brajan memiliki media promosi dan pemasaran yang memadai dan berdaya saing,

mengetahui fungsi dan fitur yang dimiliki oleh media berbasis web khususnya untuk tujuan promosi dan pemasaran, dan memiliki ketrampilan yang memadai tentang cara menggunakan media berbasis web untuk kegiatan promosi dan pemasaran secara online.

PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mendapat sambutan, tanggapan dan perhatian yang baik dari pemilik UKM di Bambu Brajan. Masyarakat sangat antusias dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan guna mendapatkan informasi-informasi yang belum mereka ketahui dan antusias dalam belajar memaksimalkan kegunaan *digital marketing* sebagai alat yang bermanfaat bagi usaha dalam memasarkan atau mempromosikan usahanya. Pemberdayaan ini dilakukan melalui 3 program yaitu, sosialisasi *platform* pemasaran digital, pelatihan mengenai cara memasuki *market place* dan sosialisasi mengenai pembuatan website.

Saran

Program pengabdian masyarakat telah terlaksana dengan baik. Namun, terdapat hal yang harus diperhatikan kembali. Diharapkan ada keberlanjutan

program yang saat ini sudah disosialisasikan sehingga diperlukan kejasama monitoring program yang telah dilaksanakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia yang telah memberikan dukungan dana untuk pengabdian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi positif pada pengabdian masyarakat dengan menjelaskan bentuk kontribusi yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.

Bresciani, S. and Eppler, M. J. (2010) 'Brand new ventures? Insights on start-ups' branding practices', *Journal of Product & Brand Management*, 19(5), pp. 356-366. doi:

10.1108/10610421011068595.

- Cox, S. (2012) 'Social Media Marketing in a Small Business: A Case Study', *Department of Computer Graphics Technology Degree Theses*.
- Husain, S., Ghufran, A. and Chaubey, D. S. (2016) 'Relevance of Social Media in Marketing and Advertising', *Splint International Journal of Professionals I*, (7), pp. 2349-6045.
- Karimi, S., & Naghibi, H. S. (2015). Social media marketing (SMM) strategies for small to medium enterprises (SMEIjS). *International Journal of Information, Business and Management*, 7(4), 86-98.