

## *Digital marketing training for bamboo craftsmen in Sugihmas Village, Magelang Regency*

Endah Ratna Arumi<sup>✉</sup>, Hasim Febriyanto, Danindra Dien Diatriansyah Yunesta, Muhammad Iqbal Al Ghozali, Wakhidatun Fauziah, Sonia Ajie Wulandari  
Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

<sup>✉</sup> [arumi@ummgl.ac.id](mailto:arumi@ummgl.ac.id)

<sup>🌐</sup> <https://doi.org/10.31603/ce.4340>

### **Abstract**

*Optimizing products and added value through empowerment and digital marketing in Gatak Hamlet intends to educate bamboo craftsmen in Gatak Hamlet, Sugihmas Village, on how to use social media to sell their products. The craftsmen were provided materials as well as instruction on how to use social media to advertise their handicraft products. The Kemmis methodology was adopted, which starts with the planning, implementation, and reflection stages. As a result of this program, bamboo craftsmen in Gatak Hamlet, Sugihmas Village have gained a better grasp of online product marketing via social media, as well as steps and tips for marketing items via social media.*

**Kata Kunci:** *Digital marketing; Product optimization; Social media*

## **Pelatihan digital marketing bagi pengrajin bambu di Desa Sugihmas, Kabupaten Magelang**

### **Abstrak**

Optimalisasi produk dan nilai tambah melalui pemberdayaan dan *digital marketing* di Dusun Gatak bertujuan untuk memberikan sosialisasi kepada para pelaku usaha kerajinan bambu di Dusun Gatak Desa Sugihmas tentang strategi pemasaran daring melalui media sosial. Para pengrajin diberikan materi sekaligus pelatihan tentang langkah-langkah dan tips pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk hasil kerajinan. Metode yang digunakan adalah pendekatan Kemmis yang dimulai dengan tahap perencanaan, pelaksanaan, dan refleksi. Hasil dari pengabdian ini adalah para pelaku usaha kerajinan bambu di Dusun Gatak, Desa Sugihmas meningkat pemahamannya tentang pemasaran produk daring (*digital marketing*) melalui sosial media serta langkah dan tips dalam memasarkan produk melalui sosial media.

**Kata Kunci:** *Digital marketing; Optimalisasi produk; Media sosial*

## **1. Pendahuluan**

Menurut UU No. 6 Tahun 2014 Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat yang didasarkan pada prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Bawon & Setyadi, 2019). Desa Sugihmas merupakan salah satu desa di Kecamatan Grabag yang memiliki paling sedikit 12 dusun yaitu Dusun Geru, Dusun Semoyo, Dusun Banaran, Dusun Dukoh, Dusun Gumiwang Wetan, Dusun Gumiwang Kulon, Cebretan, Ngulaan, Jenekan,

Gatak, Garongan dan Dusun Ngemplak. Penduduk Desa Sugihmas mayoritas memiliki mata pencaharian sebagai petani dan wirausaha (UMKM), khususnya dalam bidang kerajinan. Salah satu kerajinan yang ada adalah kerajinan anyaman tempat tembakau dari bambu dan kerajinan anyaman tempat buah dari bambu yang terpusat di Dusun Gatak.

Dusun Gatak adalah salah satu dusun yang ada di Desa Sugihmas yang penduduknya saat musim panas berprofesi sebagai pengrajin kerajinan bambu (UMKM), khususnya anyaman tempat tembakau dan petani dengan usaha sampingan berupa kerajinan anyaman tempat buah pada musim hujan. Permasalahan yang dihadapi adalah pada aspek pemasaran dan harga jual produk karena harga dan jual beli produk masih mengandalkan seorang pengepul. Lain daripada itu, pemanfaatan teknologi informasi di Desa Sugihmas, khususnya Dusun Gatak belum dimanfaatkan secara maksimal baik dalam produk kerajinan ataupun lainnya. Minimnya tenaga untuk pemanfaatan teknologi informasi membuat Desa Sugihmas kurang diminati oleh para pelanggan maupun investor. Oleh karenanya, pengembangan potensi bidang kerajinan di Desa Sugihmas dengan pengenalan *digital marketing* dalam upaya peningkatan strategi pasar yang lebih meluas perlu dilakukan. *Digital marketing* merupakan upaya untuk pemasaran suatu produk atau jasa melalui media internet, salah satunya melalui sosial media, *website*, dan lain sebagainya.

## 2. Metode

---

Metode yang akan digunakan dalam sosialisasi ini dengan pendekatan metode Kemmis (Emzir, 2011). Pendekatan ini mengembangkan model sederhana dari beberapa proses yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan (tindakan dan observasi), dan tahap refleksi. Tahapan Metode ini yaitu:

### 2.1. Perencanaan

- a. Identifikasi masalah yang dihadapi mitra terkait dengan riwayat penyakit yang ada di lingkungan sekitar. Tim pelaksana kegiatan melakukan survei awal. Masalah yang dihadapi kesulitan dalam pemasaran produk karena masih kurangnya pengetahuan tentang pemasaran *online (digital marketing)*.
- b. Tim pelaksana kegiatan melakukan diskusi dengan mitra untuk penyelesaian masalah dengan solusi pelatihan pemasaran *online (digital marketing)* dalam memasarkan produk hasil kerajinan.
- c. Tim pelaksana menyusun rencana kerja dan sosialisasi pelaksanaan program.

### 2.2. Pelaksanaan

- a. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan setelah semua perijinan dari Universitas Muhammadiyah Magelang dan Balai Desa Sugihmas Kecamatan Grabag. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan di Aula Balai Desa Sugihmas lantai 1.
- b. Tim pelaksana melaksanakan sosialisasi serta pelatihan dengan mendatangi tempat usaha kerajinan bambu yang ada di Dusun Gatak Desa Sugihmas.

### 2.3. Refleksi

Tim Pelaksana melakukan evaluasi yang bertujuan untuk melihat perkembangan program yang sudah dilaksanakan dan mengevaluasi pemahaman peserta terkait pemberdayaan *digital marketing* dalam upaya memasarkan produk kerajinan dengan

memanfaatkan media sosial. Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah pendampingan kepada masyarakat Dusun Gatak Desa Sugihmas Kecamatan Grabag.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Tujuan dari Program Pengabdian Masyarakat Terpadu (PPMT) ini untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran para pelaku usaha kerajinan tentang pentingnya peran teknologi, khususnya dalam bidang pemasaran *online* (*digital marketing*) dalam dunia usaha. Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan koordinasi dengan tim pelaksana dan Universitas. Setelah mendapatkan ijin tim pelaksana berkoordinasi dengan perangkat Dusun Gatak Desa Sugihmas. Hasil dari diskusi (FGD) kemudian menentukan permasalahan yang dihadapi. Kegiatan PPMT ini dilaksanakan dengan melibatkan pengrajin bambu di Dusun Gatak Desa Sugihmas, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang yang masih memproduksi kerajinan bambu, yaitu Bapak Matrozikin.

Pada bagian awal, tim melakukan diskusi tentang alur produksi kerajinan sampai alur pemasaran produk yang sudah berjalan di Dusun Gatak Desa Sugihmas. Selanjutnya, tim melakukan sosialisasi kegiatan dibarengi dengan pembagian masker bagi mitra dan warga sekitar secara *door to door* (Gambar 1).



Gambar 1. Sosialisasi kegiatan dan pembagian masker

Tim pelaksana juga melakukan simulasi langsung dalam pembuatan kerajinan keranjang tembakau (Gambar 2). Kegiatan tersebut dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan wirausaha dan pemasaran produk dengan materi sebagai berikut.

- a. Tips dan strategi berwirausaha produk kerajinan bambu
- b. Tips dan tata cara pemasaran produk kerajinan secara *online* melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook*, ataupun *whatsapp*.
- c. Pengenalan produk kerajinan bambu lain



Gambar 2. Praktik pembuatan kerajinan keranjang tembakau

Pada saat diskusi, juga disepakati perlunya membuat diversifikasi produk kerajinan bambu, yaitu besek makanan (**Gambar 3**). Setelah proses pelatihan pembuatan besek makanan dilaksanakan, tim fokus pada pendampingan pemasaran daring. Hal ini ditujukan untuk memberi pengetahuan dan pengalaman kepada para pelaku usaha kerajinan bambu tentang pemasaran produk kerajinan secara *online*, baik melalui sosial media berupa *instagram*, *facebook*, maupun *whatsapp*. Hasil wawancara awal menunjukkan bahwa para pengrajin masih minim pengetahuan tentang pemasaran produk secara *online* (*digital marketing*). Sedangkan setelah kegiatan ini terlihat peningkatan pengetahuan dan pengalaman para pengrajin kerajinan bambu.



**Gambar 3.** Pelatihan pembuatan besek makanan

Namun demikian, wilayah Dusun Gatak Desa Sugihmas ternyata memiliki kendala kesulitan sinyal. Oleh karenanya, pelatihan pemasaran dilaksanakan dengan menggunakan aplikasi *WhatsApp*, dengan tujuan agar para pelaku pengrajin kerajinan bambu mampu memasarkan produk kerajinan secara mandiri dan tidak terkendala sinyal (**Gambar 4**). Diawali dengan instalasi aplikasi dilanjutkan dengan langkah-langkah penggunaan *whatsapp* sebagai media pemasaran produk kerajinan. Hasil kegiatan ini yaitu mitra yang telah mengikuti pelatihan baik tentang pemasaran *online* maupun pembuatan produk kerajinan berupa besek makanan mampu mengulang serta menguasai materi yang telah diperoleh.



**Gambar 4.** Pelatihan pemasaran produk *online*

## 4. Kesimpulan

Kegiatan yang melibatkan masyarakat di Dusun Gatak Desa Sugihmas, khususnya para pelaku usaha kerajinan bambu ini berjalan dengan baik. Para pengrajin bambu menyambut baik kegiatan ini mulai dari penyuluhan, sosialisasi tentang pemasaran produk secara *online* melalui media sosial, hingga pelatihan *digital marketing*. Kegiatan

ini menambah pengetahuan para pelaku usaha kerajinan bambu tentang pemasaran online (*digital marketing*). Para pengrajin diharapkan dapat menerapkan hasil yang didapatkan dari kegiatan ini demi kemajuan dunia usaha yang ada, khususnya usaha kerajinan bambu.

## Daftar Pustaka

---

Bawon, I. R., & Setyadi, E. (2019). *Optimalisasi Potensi Desa Di Indonesia*. Jakarta: PT Gasindo.

Emzir. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---