





Digital marketing for processed waste business at Arnetta Craft

Dinda Permatasari, Nuril Kusumawardhani, Sevenpri Candra , Sulisty Heripracoyo
Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia

 seven@binus.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.6274>

Abstract

In today's digital era, business and the internet are an inseparable combination. Businesses that do not use the internet daily will find it difficult to survive. Especially due to the COVID-19 pandemic where all activities must turn online. These changes and challenges that occur rapidly not only affect large companies, but also local MSME actors. Arnetta Craft is a local Indonesian handicraft business that specializes in the manufacture of candle fragrances, natural soaps, fashion, and other similar handicrafts. To survive in the current situation, Arnetta Craft must maximize digital marketing. From all these activities resulted in the creation of a simple website that can increase the credibility of the business and reach a wider target customer.

Keywords: *Community empowerment; Environmental care; MSME's*

Pemasaran digital untuk usaha limbah olahan pada Arnetta Craft

Abstrak

Pada era digital sekarang ini, bisnis dan internet adalah kombinasi yang tidak dapat dipisahkan. Bisnis yang tidak memanfaatkan internet pada kesehariannya akan sulit untuk bertahan. Terlebih lagi akibat pandemi Covid-19 dimana semua aktivitas harus berubah menjadi *online*. Perubahan dan tantangan yang terjadi secara cepat ini tidak hanya mempengaruhi perusahaan besar, tetapi juga para pelaku UMKM lokal. Arnetta Craft adalah bisnis kerajinan lokal Indonesia yang mengkhususkan diri dalam pembuatan wewangian lilin, sabun alami, *fashion*, dan kerajinan tangan sejenis lainnya. Untuk dapat bertahan dalam situasi sekarang, Arnetta Craft harus memaksimalkan pemasaran digital. Dari keseluruhan kegiatan ini dihasilkan pembuatan situs web sederhana yang dapat meningkatkan kredibilitas bisnis dan menjangkau target pelanggan yang lebih luas.

Kata Kunci: Pemberdayaan komunitas; Peduli lingkungan; UMKM

1. Pendahuluan

Dewasa ini, bisnis jauh lebih digital daripada sebelumnya. Ketika wabah Covid-19 menyerang dan interaksi sosial menjadi terbatas, merubah strategi bisnis menjadi lebih *online* menjadi satu-satunya pilihan bagi bisnis untuk bertahan. Perubahan dan tantangan yang terjadi secara cepat ini tidak hanya mempengaruhi perusahaan besar, tetapi juga para pelaku UMKM lokal. Cara termudah untuk memulai digitalisasi adalah melalui media sosial (Schmuck, 2021). Namun, media sosial saja belum cukup. Usaha kecil dan menengah sekarang dapat memanfaatkan Internet untuk pengembangan pasar (Dwianti et al., 2021; Susilawati et al., 2021; Widodo et al., 2021). Internet juga dapat menjangkau target pelanggan yang lebih luas. Tidak dapat

disangkal bahwa internet mengubah taktik pemasaran, dari mendeteksi apa yang diinginkan pelanggan hingga mengelola hubungan pelanggan. Internet memiliki dampak signifikan pada praktik pemasaran karena telah merasuki kehidupan dan bisnis orang, memungkinkan interaktivitas dan dukungan komersial.

Terlepas dari industri, jejak digital sebuah bisnis dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis tersebut. Beberapa bisnis masih tidak menyadari bahwa mayoritas pelanggan mereka akan memeriksa situs web mereka sebelum melakukan pembelian di zaman sekarang ini. Situs web bisa sangat menguntungkan bagi bisnis karena dapat meningkatkan kredibilitas, memungkinkan bisnis untuk memamerkan merek mereka, dan meningkatkan peluang bisnis untuk muncul di hasil mesin pencari Google ketika dioptimalkan untuk SEO.

Arnetta Craft adalah bisnis kerajinan lokal Indonesia yang mengkhususkan diri dalam pembuatan wewangian lilin, sabun alami, *fashion*, dan kerajinan tangan sejenis lainnya. Dimana hampir seluruh bahan yang digunakan adalah bahan dari limbah olahan (Coy, Malekpour, Saeri, & Dargaville, 2021). Arnetta Craft juga menyelenggarakan *workshop* kerajinan untuk memberdayakan masyarakat setempat, khususnya perempuan. Untuk meningkatkan pemahaman komunitas yang berada di Arnetta Craft ini maka dilakukan rangkaian kegiatan pelatihan yang dapat mendukung pemasaran secara digital. Dan selain pelatihan, tim juga membantu pengembangan situs web untuk Arnetta Craft dilakukan. Situs web ini dirancang untuk berfungsi sebagai portofolio Arnetta Craft untuk meningkatkan kredibilitas mereka sebagai bisnis dan menjangkau target pelanggan yang lebih luas, yang berpotensi meningkatkan penjualan. Situs web ini dirancang secara simple dan mudah dinavigasi, sehingga cocok untuk pelanggan dari segala usia.

2. Metode

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada Februari-Oktober 2021. Lokasi kegiatan dilakukan pada lingkup Kelurahan Malaka Sari, Jakarta Timur. Metode kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahapan persiapan dengan melakukan kegiatan identifikasi secara langsung di lapangan dan melakukan diskusi dengan komunitas dari Arnetta Craft. Arnetta Craft merupakan komunitas dan UMKM yang terus bertumbuh di lingkungan Malaka Sari, Jakarta Timur.

3. Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahapan persiapan dilakukan diskusi terlebih dahulu dengan pimpinan dan Ibu PKK di Kelurahan Malaka Sari ([Gambar 1](#)). Dan pada kesempatan yang sama tim juga melakukan kunjungan ke komunitas pemberdayaan yaitu Arnetta Craft ([Gambar 2](#)).

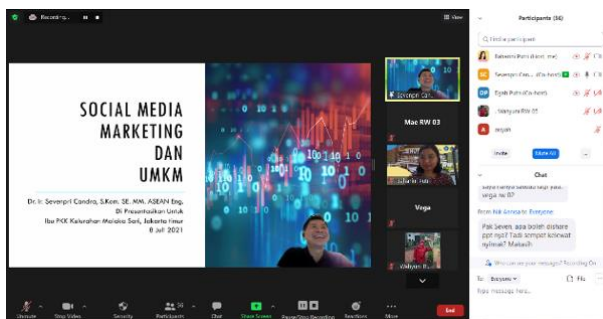


Gambar 1. Kunjungan ke Kelurahan Malaka Sari



Gambar 2. Kunjungan tim ke Arnetta Craft

Dari tahap pelaksanaan, tim pengabdian kepada masyarakat ini melakukan kegiatan sesuai dengan hasil diskusi bersama dengan Kelurahan Malaka Sari dan Arnetta Craft. Simpulan yang didapat dari diskusi bersama dan observasi tim di lapangan, maka dilakukan serangkaian kegiatan yang dapat memberikan pengetahuan dan pengembangan dari usaha UMKM dari komunitas Arnetta Craft ini. Adapun penguatan lebih fokus kepada pemasaran digital. Kegiatan ini dilakukan secara daring yang dibuka oleh pimpinan Kelurahan Malaka Sari. Pelatihan yang fokus pada pemasaran digital ini membahas terkait sosial media *marketing* dan pembuatan situs web yang terlihat pada Gambar 3. Program pelatihan ini dilanjutkan dengan beberapa pertemuan lanjutan yang lebih insentif untuk pembuatan situs web Arnetta Craft.



Gambar 3. Pelatihan untuk penguatan produk bagi komunitas Arnetta craft

Pembuatan situs web dilakukan menggunakan *website builder* dengan harapan akan memudahkan kepada seluruh anggota di masa akan datang untuk melakukan pengembangan. Dari hasil diskusi baik pada saat pelatihan dan diskusi lanjutan maka dapat di rancang sebuah situs *website* yang sederhana namun dapat memberikan informasi yang langsung kepada konsumen. Dimana dari hasil diskusi dengan pimpinan dari Arnetta Craft didapatkan simpulan awal (Gambar 4) dan rancangan situs web (Gambar 5).



Behaviour Pattern

- Ibu Chevie bangun pagi setiap hari dan mengurus kebutuhan sehari-hari anak
- Ibu Chevie memproduksi produknya dengan bantuan satu karyawan
- Ibu Chevie menggunakan Instagram untuk menjual produknya
- Ibu Chevie sering menggelar pameran produknya sebelum pandemi
- Ibu Chevie sering menyelenggarakan art workshop untuk mengajar komunitas
- Ibu Chevie menerima pesanan dalam jumlah banyak dan kustomisasi barang

Goals and Needs

- Ibu Chevie ingin melakukan ekspansi bisnis
- Ibu Chevie ingin memberdayakan perempuan melalui produk dan workshopnya
- Ibu Chevie ingin meningkatkan penjualannya
- Ibu Chevie ingin usahanya tetap bertahan meski di masa pandemi

Pain Points

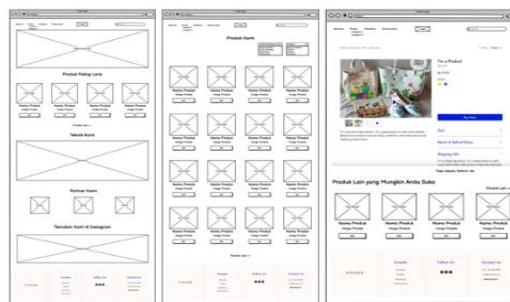
- Ibu Chevie tidak bisa mengadakan pameran lagi karena pandemi
- Ibu Chevie mengurus semuanya sendiri, hanya memiliki satu atau dua karyawan
- Ibu Chevie tidak terlalu paham teknologi
- Ibu Chevie sibuk mengurus anak
- Ibu Chevie tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang pemasaran digital

Ibu Chevie

Demographics

Umur : 46 tahun
 Domisi : Jakarta Timur
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga dan Pemilik Bisnis

Gambar 4. Hasil diskusi

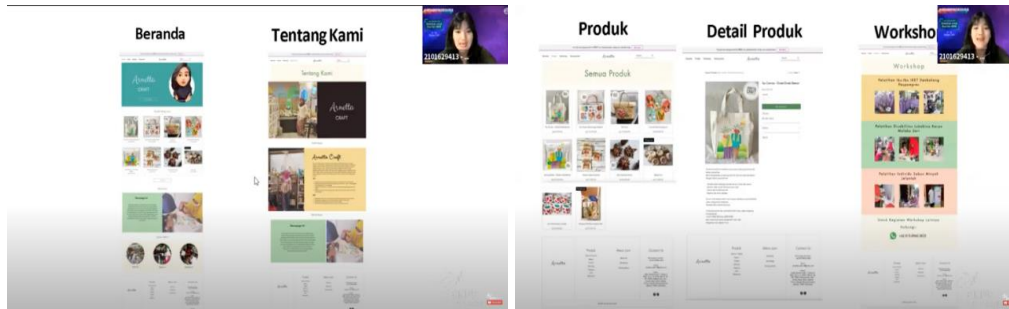


Gambar 5. Rancangan situs web

Situs web yang dihasilkan untuk membantu kegiatan pemasaran digital Arnetta Craft (**Gambar 6**). Alamat situs web Arnetta Craft adalah <https://arnettacraftid.wixsite.com/arnettacraft>. Produk, workshop, dan profil bisnis dari komunitas Arnetta Craft. Tujuan utama situs web adalah berfungsi sebagai portofolio, dan dibuat sedemikian rupa sehingga pemilik bisnis dapat mengelolanya sendiri. Pada tahap akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pemaparan kepada komunitas Arnetta Craft dan UMKM lainnya (**Gambar 7**). Hal ini dilakukan agar bisa mendapatkan evaluasi dan mengajak komunitas lainnya untuk dapat memanfaatkan pemasaran digital ini kedepannya.



Gambar 6. Hasil rancangan dari situs web untuk Arnetta craft



Gambar 7. Pemasaran kepada komunitas

4. Kesimpulan

Kepedulian lingkungan dan semangat gotong royong menjadi kunci keberhasilan suatu usaha bersama yang fokus kepada hasil limbah olahan. Hal ini terlihat dari pemberdayaan komunitas yang ada di Kelurahan Malaka Sari. Namun komunitas ini masih membutuhkan penguatan dari sisi pengetahuan yang berbasis teknologi. Tim pengabdian masyarakat melakukan serangkaian kegiatan yang dapat meningkatkan pemahaman seluruh anggota komunitas di Arnetta Craft ini. Dan rangkaian akhir dari pengabdian masyarakat ini dilakukan pembuatan situs web untuk memperkuat pemasaran secara digital dari produk yang dihasilkan oleh UMKM ini. Situs web dapat menjadi titik awal yang baik untuk mengembangkan bisnis dari UMKM Arnetta Craft ini. Selanjutnya, situs web ini dapat dimanfaatkan oleh seluruh anggota komunitas di dalam melakukan pemasaran digital.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Kelurahan Malaka Sari, Jakarta Timur, Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP-PKK) Kelurahan Malaka Sari, Arnetta Craft, Universitas Bina Nusantara atas arahan, dukungan dan bimbingan yang diberikan sehingga pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Pengabdian masyarakat ini di dukung dari Hibah Internal Pengabdian BINUS untuk Skema BINUS Bangun Desa.

Daftar Pustaka

- Coy, D., Malekpour, S., Saeri, A. K., & Dargaville, R. (2021). Rethinking community empowerment in the energy transformation: A critical review of the definitions, drivers and outcomes. *Energy Research & Social Science*, 72, 101871. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2020.101871>
- Dwianti, A., Tamboto, A. D., Syafitri, A. G., Slamet, A. C., Larasati, A., Nada, A. K., ... Febrian, Z. (2021). Rebranding of Arnetta Craft's product in Malaka Sari, East Jakarta. *Community Empowerment*, 6(10), 1837-1843. <https://doi.org/10.31603/ce.5239>
- Schmuck, R. (2021). The use of online business models. *Procedia Manufacturing*, 54, 45-51. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2021.07.008>
- Susilawati, S., Rahayu, S., Buchori, A. S., Ardin, M. Bin, Fathurohman, F., & Yudiyanto,

- O. (2021). Pemberdayaan Petani Kopi melalui Teknologi Mesin Pulper Kopi dan Aplikasi Penjualan Online Berbasis Website. *Community Empowerment*, 6(2), 136–145. <https://doi.org/10.31603/ce.4463>
- Widodo, S. R., Safi'i, I., Santoso, H. B., Rahayuningsih, S., Indrasari, L. D., Komari, A., & Tripariyanto, A. Y. (2021). The digitalization of marketing for egg-based livestock SMEs in Sumberagung Village. *Community Empowerment*, 6(8), 1489–1494. <https://doi.org/10.31603/ce.5086>



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