



Digital marketing for ring craftsmen in Basen Village, Kotagede, Yogyakarta

Eko Muh Widodo , Meidar Hadi Avizenna, Tuessi Ari Purnomo

Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

 emwidodo@ummgl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.7936>

Abstract

One of the producers of handcrafted rings and jewelry is Mbasen, whose crafts are based on customer preferences. 9 workers can only produce 10–12 pairs of rings each day, which is still below the ideal manufacturing capacity. The marketing component has also not been utilized to its full potential. Community service projects are carried out to help the handmade ring jewelry business overcome the issues of low manufacturing capacity and ineffective marketing strategy. The approach used to provide the assistance is called community development, and it consists of four stages: socializing, training, technology deployment, and ongoing support. The technology that will be applied is information about Search Engine Optimization (SEO) which is used to expand the market through digital marketing and digital branding for website creation. To improve production capacity, the team additionally helped with the procurement of power inverters.

Keywords: *Community development; Search engine optimization; Digital marketing*

Digital marketing bagi pengrajin cincin di Desa Basen, Kotagede, Yogyakarta

Abstrak

Mbasen adalah salah satu pengrajin perhiasan cincin *handmade* dimana desain disesuaikan dengan keinginan konsumen. Namun demikian, kapasitas produksinya masih belum optimal, dimana dengan 9 pekerja hanya mampu menghasilkan 10-12 pasang cincin per hari. Selain itu, aspek pemasaran digunakan juga belum dilakukan secara optimal. Guna membantu usaha pengrajin perhiasan cincin *handmade* tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan untuk mengatasi masalah kapasitas produksi rendah dan strategi pemasaran belum optimal. Metode pelaksanaan pendampingan menggunakan metode *community development* yang meliputi tahapan sosialisasi, pelatihan, implementasi teknologi, dan pendampingan yang berkelanjutan. Teknologi yang akan diterapkan adalah informasi tentang *search engine optimization* (SEO) yang digunakan untuk memperluas pasar melalui *digital marketing* dan *digital branding* untuk pembuatan *website*. Lebih lanjut, tim juga membantu pengadaan alat produksi berupa *power inverter* untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Kata Kunci: Pengembangan komunitas; *Search engine optimization*; Pemasaran digital

1. Pendahuluan

Digital marketing sangat populer untuk digunakan dalam memasarkan sebuah produk atau jasa dengan cepat, luas dan murah sehingga perusahaan atau bisnis yang tidak mengikuti perubahan akan tertinggal dan ditinggalkan oleh konsumen, keinginan dan

perilaku konsumen pun ikut berubah pada era yang berkembang ini (Sukmasetya et al., 2020).

Basen merupakan salah satu kampung di Kelurahan Purbayan, Kecamatan Kotagede, Yogyakarta yang mayoritas warganya bermata pencaharian sebagai pengrajin perak. Salah satu pengrajin yang khusus memproduksi perhiasan cincin adalah Bapak Fahrizal Surya Panuntun dengan unit usaha bernama "Mbasen". Produk cincin yang dihasilkan merupakan buatan tangan langsung atau *handmade*, sehingga desain dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen, hasil kerajinan dilihat pada Gambar 1. Bahan baku cincin tersebut dapat berupa perak, emas, paladium, maupun platinum dengan kadar 5-95 persen sesuai dengan permintaan konsumen. Unit usaha ini sudah melakukan pemasaran melalui sosial media maupun *marketplace*. Akun instagramnya sudah memiliki follower sebesar 108 ribu dengan lebih dari 500 postingan.



Gambar 1. Hasil perhiasan cincin pengrajin Mbasen

Unit usaha yang memiliki 9 orang pekerja ini terdiri dari 1 orang kepala produksi, 6 orang pekerja bagian pembuatan kerangka cincin, 1 orang bagian pemasangan batu zircon, dan 1 orang bagian *finishing electro plating* dengan palladium, jasa mikro, dan lain-lain. Selain 9 orang pekerja di bagian produksi, juga ada 2 orang pekerja yang bertanggungjawab sebagai *customer service*, *quality control*, dan *product packaging*. Sedangkan pencatatan keuangan maupun pemasaran masih dilakukan pemiliknya sendiri.

Kapasitas produksi unit usaha tersebut per hari adalah 10-12 pasang cincin. Kapasitas ini termasuk rendah karena dengan 9 pekerja seharusnya mampu menghasilkan 20-25 pasang cincin. Hal ini antara lain disebabkan oleh pengrajin cincin yang belum mencapai target produksi harian, juga kendala alat untuk proses produksi ketika listrik setempat padam. Selain itu, meski sudah menggunakan media sosial dan *marketplace*, pemasaran produk belum optimal. Guna membantu unit usaha tersebut, maka akan dilakukan kegiatan pendampingan melalui penerapan Program Kemitraan Masyarakat.

Berdasarkan kesepakatan dengan mitra, maka permasalahan yang diangkat untuk diselesaikan melalui kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah kapasitas produksi rendah dan pemasaran belum optimal. Terkait kapasitas produksi rendah, pengrajin perhiasan cincin pada usaha mitra tidak mencapai target produksi harian. Salah satunya, kendala alat yang mendukung kelistrikan pada proses produksi. Sedangkan terkait pemasaran, mitra belum memiliki pengetahuan terkait perluasan pemasaran yang lebih optimal melalui *digital marketing*.

2. Metode

Metode pendekatan yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah metode *community development* (Rinaldy et al., 2017). Kegiatan pertama melakukan pendekatan persuasif, yaitu pendekatan yang bersifat ajakan kepada mitra tanpa unsur paksaan, agar termotivasi untuk terlibat dan berperan dalam kegiatan pendampingan yang akan dilakukan. Kedua, edukatif yaitu pendekatan yang mengandung unsur pendidikan untuk mendinamisasikan mitra menuju kemajuan yang diharapkan. Ketiga, partisipatif yaitu pendekatan yang berorientasi kepada upaya peningkatan peran serta mitra secara langsung dalam kegiatan pendampingan yang akan dilakukan. Keempat, normatif yaitu pendekatan yang didasarkan kepada norma, nilai, hukum, dan peraturan perundangan yang berlaku. Metode pendekatan *community development* digunakan pada setiap kegiatan yang akan diimplementasikan ke mitra yang meliputi kegiatan sosialisasi, pelatihan, implementasi teknologi, dan pendampingan.

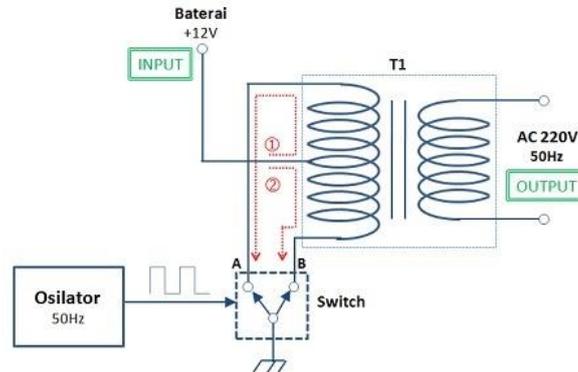
- a. Sosialisasi dilakukan pada awal kegiatan, berupa pemberian informasi kepada mitra tentang kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yang akan dilakukan, tujuan kegiatan, tahapan pelaksanaan kegiatan, dan jadwal pelaksanaan kegiatan berdasarkan kesepakatan antara tim pengusul dengan mitra. Dengan sosialisasi, diharapkan mitra memahami kegiatan yang akan dilakukan dan termotivasi untuk melaksanakan setiap program kerja yang telah disepakati dengan penuh semangat, ikhlas, atau tidak terpaksa demi terwujudnya tujuan kegiatan ini yaitu peningkatan kapasitas produksi dan perluasan pasar.
- b. Kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan meliputi pelatihan SEO (*search engine optimization*) dan pelatihan perancangan *website* yang menarik untuk meningkatkan pengetahuan mitra tentang *digital marketing* dan *digital branding* guna pembuatan *website*.
- c. Implementasi teknologi berupa pengadaan alat *power inverter* dan implementasi SEO (*search engine optimization*) pada *website* mitra termasuk penyewaan *hosting* dan pembelian *domain*. Teknologi tersebut ditujukan untuk menunjang proses produksi mitra dalam mengatasi kendala pemadaman listrik serta perluasan pemasaran melalui *digital marketing*.
- d. Pendampingan dilakukan kepada mitra untuk memastikan implementasi pelatihan-pelatihan yang telah diberikan. Kegiatan *digital marketing* berbasis *website* didampingi sejak proses perancangan, pembuatan, pengimplementasian, pengaturan hingga akhirnya pemasarannya secara digital. Kegiatan pendampingan lain yaitu memastikan hasil implementasi dari pelatihan-pelatihan tersebut mampu meningkatkan kapasitas produksi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. *Power inverter*

Inverter adalah salah satu rangkaian alat elektronika yang memiliki kemampuan untuk mengubah listrik DC (searah) menjadi listrik dengan aliran arus AC (bolak-balik), ataupun sebaliknya. Jika dijelaskan secara sederhana, *power inverter* ini memiliki rangkaian berupa osilator serta sebuah transformator yang biasa disebut dengan trafo.

Sumber daya listrik DC yang memiliki tegangan rendah dimasukkan ke center tap (CT) sekunder dari trafo, sedangkan dua titik ujung dari trafo dihubungkan menggunakan sakelar. Sehingga dengan alat tersebut dapat membantu proses produksi pada mitra saat terjadi pemadaman listrik. Cara kerja *inverter* dapat dilihat pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Cara kerja sistem *inverter*

Dalam pengadaan *power inverter* diperlukan proses pemesanan dahulu untuk dirakit di bengkel yang sudah dipesan sekitar 1 bulan. Baterai yang digunakan sebesar 2 buah baterai 100 ampere dengan dibuatkan wadah khusus untuk menampung baterai. Dalam pemasangannya dibutuhkan alat untuk mengebor dinding serta 2 orang untuk membawa baterainya dan proses pemasangan berlangsung sekitar 1 jam dan 20 menit untuk melakukan tes uji coba simulasi serta penjelasan cara penggunaannya. Proses pemasangan dan simulasi dapat dilihat pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Proses pemasangan *power inverter*

3.2. *Workshop digital marketing*

Pada tanggal 28 Juli dilakukan *workshop digital marketing* untuk mengenal tentang *digital marketing* secara ringkas dan sosialisasi pengabdian kepada masyarakat. *Workshop* dibagi menjadi 4 sesi, yaitu sosialisasi terhadap mitra tentang PKM, *overview* dari PKM yang akan dilakukan, pengenalan *digital marketing*, serta pembuatan *website* toko online yang akan berjalan seiring pendampingan pengimplementasiannya.

Sosialisasi PKM pada [Gambar 4](#) dengan narasumber Ir. Eko Muh Widodo, MT. berisikan penjelasan dan pemahaman tentang apa saja yang akan dilakukan selama PKM berlangsung serta *overview* apa yang akan didapat dari kegiatan tersebut. Bercerita tentang pengalaman-pengalaman beliau yang telah dilakukan selama ini serta memberi semangat terhadap peserta agar mengikuti *workshop* dengan penuh hati dan ikhlas karena Allah SWT semata.



Gambar 4. Kegiatan sosialisasi digital marketing

Materi tentang *digital marketing* pada Gambar 5 disampaikan oleh narasumber Meidar Hadi Avizenna, S.Kom., M.Eng. menjelaskan apa itu *digital marketing* dan mengapa itu penting terutama dalam era industri 4.0. Kebutuhan suatu bisnis tentang *digital marketing* sudah menjadi sesuatu hal yang sangat berpengaruh terutama dalam mendatangkan pelanggan, membangun *brand* bahkan keberlangsungan bisnis itu sendiri.

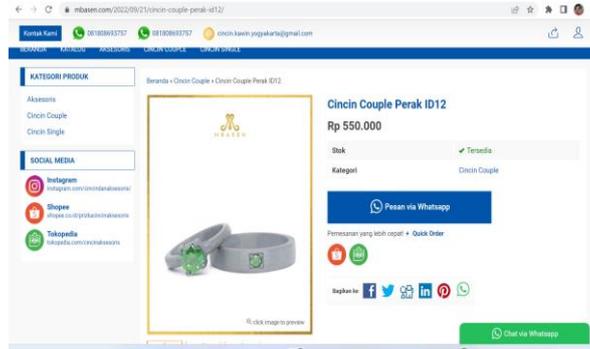


Gambar 5. Kegiatan sosialisasi

Memiliki *website* juga menjadi suatu hal yang wajib untuk *branding* dan memudahkan orang untuk menemukan suatu bisnis di dunia maya. Ibarat suatu kavling tanah sehingga jika orang ingin mencari tanah itu berada di alamat yang masih sama, tergantung dari si pebisnis ingin menjadikan tanah tersebut seperti *mall* atau hanya toko biasa.

3.3. Website toko online

Pembuatan *website* toko *online* dilakukan secara bertahap dengan melakukan analisis kebutuhan dari mitra dan alur yang di inginkan mitra. Proses *development* awal untuk *prototyping* dilakukan bersama mitra hingga selesai pengerjaan versi siap *publish*. Lebih lanjut, penerapan SEO dilakukan pada setiap kategori produk untuk menamai dengan kata kunci cincin baik itu cincin *couple* ataupun cincin *single* beserta bahan yang digunakan untuk pembuatannya. Pembelian menerapkan beberapa *marketplace*, yaitu ditautkan dengan Shopee, Tokopedia dan sosial media lainnya dan untuk *fast respon* (1x24 jam) pihak mitra menugaskan *customer service* sebagai komitmen pelaksanaan *digital marketing* ini. Tampilan *website marketplace* produk Mbasen dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan *website* dan produk mitra yang dipasarkan

4. Kesimpulan

Kegiatan PKM bagi usaha ekonomi kreatif pengrajin cincin di Desa Basen, Purbayan, Kotagede, Yogyakarta telah terlaksana dengan baik. Pengadaan alat berupa *power inverter* yang telah dipasang di lokasi produksi mitra dapat menunjang proses produksi sehingga mampu memenuhi target produksi harian dan tidak lagi terkendala terutama dalam hal kelistrikan. Perluasan pemasaran melalui *digital marketing* dalam hal ini pembuatan *website* mitra serta pelatihan SEO menunjukkan hasil positif terhadap peningkatan pemasaran bagi usaha ekonomi kreatif pengrajin cincin Mbasen. Target produksi harian yang tercapai dan pemasaran yang meningkat berimbas kepada terciptanya lapangan kerja yang lebih luas lagi bagi masyarakat di desa Basen, Purbayan, Kotagede, Yogyakarta dan sekitarnya.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada direktur dan seluruh penggiat pengrajin cincin mbasen, Universitas Muhammadiyah Magelang atas arahan dukungan dan bimbingannya yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Pengabdian ini didanai oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM).

Daftar Pustaka

- Rinaldy, R., Nulhaqim, S. A., & Gutama, A. S. (2017). Proses community development pada program kampung iklim di desa cupang kecamatan gempolkabupaten cirebon (studi kasus program bank sampah dalam program kampungiklim). *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i2.14344>
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28–35. <https://doi.org/10.31603/ce.v5i2.3514>



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