

PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BERBASIS WEB SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN PEMASARAN PADA KELOMPOK KELOMPOK PENGRAJIN ASOKA

Dian Lestari Siregar^{1*}, Rahmat Fauzi², Yuliadi³

^{1,3}Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam, Indonesia

²Program studi Teknolgi Informasi, Universitas Putera Batam, Indonesia

dian.lestari@puterabatam.ac.id¹, rahmat@puterabatam.ac.id², yuliadi@puterabatam.ac.id³

ABSTRAK

Abstrak: Kelompok pengrajin Asoka merupakan kelompok usaha rumahan yang banyak terdapat di lingkungan Tanjung piayu kota Batam, Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok pengrajin asoka yaitu tingkat pejualan penjualan yang rendah, serta lemahnya pada aspek pemasaran produk terutama dalam saluran distribusi penjualan bagi produknya. Kegiatan PKM ini bertujuan Memperluas pangsa pasar kelompok pengrajin Asoka melalui penyediaan media promosi berbasis web, Meningkatkan produktiditas melalui bantuan stimulant peralan, Meningkatkan keahlian dan keterampilan kewirausahaan, Meningkatkan keahlian dan keterampilan melalui pendampingan dalam memasarkan produk hasil kerajinan tangan. Metode kegiatan dalam pkm ini meliputi pelatihan (Pembuatan dan operasional web, bantuan stimulus produk, pelatihan kewirausaan, dan pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran). Hasil dari kegiatan PKM kepada kelompok pengrajin Asoka berupa tersedianya media promosi berbasis web sehingga pangsa pasar produk kelompok pengrajin asoka menjadi lebih luas, meningkatnya produktifitas kelompok pengrajin Asoka dari bantuan stimulant peralan yang diberikan serta meningkatnya keahlian dan keterampilan dalam memasarkan produk hasil kerajinan tangan

Kata Kunci: Pengembangan Website; Kewirausahaan; Pemasaran

Abstract: *The Asoka craftsmen group is a home-based business group that is widely found in the Tanjung Piayu of Batam City. The problems faced by the Asoka craftsmen group are low levels of sales, and weakness in the aspect of product marketing, especially in the distribution channels of sales for their products. This PKM activity aims to expand the market share of the Asoka craftsmen group through the provision of web-based promotional media, Increase productivity through the assistance of instructional stimulants, Increase entrepreneurial expertise and skills, Increase expertise and skills through assistance in marketing handicraft products. The method of activities in this pkm includes training (web creation and operation, product stimulus assistance, entrepreneurship training, and marketing management training and assistance). The results of PKM activities for the Asoka craftsmen group were the availability of web-based promotional media so that the market share of the Asoka craftsmen group's products became wider, the increase in the productivity of the Asoka craftsmen group from the assistance provided by the stimulant tools and increased expertise and skills in marketing handicraft products.*

Keywords: *Website Development; Entrepreneurship; Marketing*



Article History:

Received: 19-09-2020

Revised : 25-10-2020

Accepted: 29-10-2020

Online : 08-12-2020



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Peran penting UMKM dalam pengembangan ekonomi di Indonesia sangat besar. Khususnya bagi perkembangan ekonomi dan ketengakerjaan (Putra, 2016), (Arliman, 2017), Kelompok pengrajin Asoka dari Tanjung Piayu, Kota Batam terbentuk dari perkumpulan ibu-ibu PKK yang pernah mendapat pelatihan merajut tali kur menjadi berbagai keterampilan seperti tas, dompet, bros, gantungan kunci, sepatu, peci, dan lain-lain. Kegiatan tersebut berkembang kurang lebih selama 3 tahun dan masih aktif hingga sekarang. Produk yang dihasilkan pun bisa dijual dan dipasarkan pada para wisatawan sebagai Cindera mata khas daerah setempat. Kelompok pengrajin Asoka ini dipimpin oleh Ibu Ermawaty dengan jumlah anggota kurang lebih sebanyak 23 orang.

Prospek masa depan penjualan produk ini sangat tinggi, mengingat Kota Batam menjadi salah satu tempat tujuan wisata baik dari dalam negeri hingga manca negara dengan jumlah kunjungan wisatawan terbesar di Indonesia dan berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung ke kepulauan Riau pada periode Februari 2019 saja berjumlah 231.397 orang (BPS, 2019) (Dodo, 2019) Wisatawan manca nega yang berkunjung ke Kota Batam sudah menyumbang PAD sebesar Rp 127 miliar (Rusdianto, 2015). Peluang ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh masyarakat setempat guna menambah penghasilan ekonomi masyarakat. Karena para pengunjung yang datang biasanya akan membeli berbagai buah tangan atau cindramata Ketika berwisata ke Kota Batam.

Namun seperti kondisi UMKM pada umumnya (Rokhmah & Almaidah, 2018) Kelompok pengrajin Asoka juga memiliki beberapa kelemahan yang terdapat pada usaha kecil umumnya yaitu:

1. Kurang nya kecukupan modal dan asset yang rendah,
2. Kurangnya aspek manajerial,
3. System kekeluargaan
4. Distribusi pemasaran,
5. Tidak memiliki legalitas usaha,
6. Kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan keuangan

Bahan baku utama untuk membuat kerajinan tangan dari kelompok pengrajin Asoka antara lain tali Kur, puring busa, rantai, ring handel, resleting, magnet dan yang lainnya. Bahan baku tersebut beberapa masih sulit diperoleh bahkan harus dipesan dari luar Kota Batam. Akibatnya, seperti UMKM pada umumnya proses produksi sering kali terganggu dan meningkatkan biaya operasional (Ramdani, 2012) Sejauh ini kegiatan kelompok pengrajin tersebut didukung dengan alat-alat yang masih sederhana, modal terbatas, menjahit puring membutuhkan mesin jahit khusus yang masih disewa. Akibatnya waktu pengerjaan untuk membuat produk-produk tersebut memakan waktu yang cukup lama dan hasilnya menjadi kurang rapi karena beberapa memilih menjahit dengan cara manual.

Dalam proses menjalankan kegiatan tersebut, tim pengabdian menemukan beberapa permasalahan nyata yang dihadapi oleh mitra, seperti:

1. Rendahnya tingkat penjualan produk.
Metode pemasaran produk ini masih menggunakan metode konvensional. Dengan menawarkan secara langsung di beberapa lokasi pusat-pusat tujuan wisata, mereka tidak memiliki media atau tempat khusus untuk memasarkan produknya. Akibatnya hasil penjualanpun masih sangat rendah. Untuk itu peran pemasaran sangat penting bagi perkembangan UMKM sebagai sarana untuk memasarkan produk (Raymond, 2018)
2. Biaya produksi hingga biaya bahan baku yang tinggi.
Seperti pada UMKM pada Umumnya Tingginya harga biaya bahan baku membuat harga barang menjadi lebih mahal yang tentu akan mempengaruhi tingkat penjualan. (Angelina, Wahyuningsih, & Herawati, 2019), (Maghfirah & Fitri, 2019)Penyebabnya seperti yang telah diuraikan diatas, yakni kelompok pengrajin masih menggunakan alat-alat sederhana, menjahit dengan cara manual, masih menyewa beberapa alata karena modal untuk memebeli alat masih terbatas.
3. Lemahnya pemahaman kewirausahaan.
Dari survey yang dilakukan tim pengabdian, pihak mitra jarang mendapat pelatihan kewirausahaan, Padahal kewirausahaan memiliki peranan penting dalam penambahan lapangan pekerjaan (Arsyad, Himawan, & Adam, 2015), (Ranto, 2016), (Hadipermana, 2009) sehingga mitra berharap agar adanya pelatihan guna meningkatkan pemahaman. Adapun materi-materi yang disampaikan mencakup konsep dasar kewirausahaan UMKM
4. Pemahaman terkait konsep dasar pemasaran yang lemah. Banyak UMKM yang memiliki konsen pemasaran yang lemah (Wibowo, Arifin, & Sunarti, 2015) Pemahaman kelompok pengrajin terkait konsep dasar pemasaran, masih sangat lemah sehingga penjualan produk masih sangat rendah

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Mitras tersebut maka tujuan pelaksanaan PKM ini adalah:

1. Membuat Media Promosi Berbasis Website pada kelompok pengrajin Asoka, hal ini bertujuan dengan adanya media Promosi Berbasis Web ini permasalahan mitra terkait Rendahnya tingkat penjualan produk akan terselesaikan
2. Memberikan bantuan bahan baku berupa bahan jahit kepada Kelompok pengrajin asoka, hal ini bertujuan agar permasalahan kelompok pengrajin asoka terkait ketersediaan bahan baku dapat terselesaikan dan membantu meningkatkan produktifitas kelompok tersebut
3. Memberikan pelatihan serta penyajian materi terkait konsep dasar kewirausahaan UMKM, dengan pelatihan kewirausahaan ini diharapkan para peserta dapat menjalankan usaha dengan memanfaatkan berbagai peluang yang ada
4. Memberikan pelatihan serta penyajian materi terkait konsep dasar pemasaran dengan pelatihan pemasaran ini diharapkan para peserta dapat memanfaatkan berbagai jaringan pemasaran yang ada untuk meningkatkan penjualan produk

B. METODE PELAKSANAAN

Dengan adanya kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan solusi terkait kendala yang dihadapi oleh mitra. Adapun pendekatan yang diberikan bagi realisasi pelaksanaan program PKM ini adalah dengan menerapkan model pemberdayaan dengan proses sebagai berikut:



Gambar 1. Model pelaksanaan

Berdasarkan Model pelaksanaan yang terdapat pada Gambar 1, maka proses pelaksanaan PKM pada Pengrajin asoka ialah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan observasi dan kegiatan wawancara dimana pada tahapan ini kegiatan dilakukan berupa menggali pokok permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu para pengrajin asko
2. Berdasarkan informasi yang didapat melalui kegiatan observasi dan kegiatan wawancara maka Tim PKM Menyusun program penyuluhan dan pelatihan berupa pembentukan konsep alat berupa website serta pemberian pelatihan tentang operasional website, pelatihan Manajemen pemasaran dan kewirausahaan bagi mitra
3. Pada tahapan Pendampingan tim PKM akan mendampingi peserta meningkatkan pemahaman terkait operasional penggunaan website, pelaksanaan kegiatan pemasaran dan kewirausahaan
4. Setelah kegiatan pendampingan dilakukan maka tim PKM akan melakukan Evaluasi penilaian perbandingan pengetahuan kelompok pengrajin asoka dari sebelum dilakukan kegiatan penyuluhan dan pelatihan dengan setelah dilakukan kegiatan penyuluhan dan pelatihan

Metode pelaksanaan PKM dilakukan dalam beberapa tahapan yang terbagi atas beberapa Sesi, dimana terdapat tiga orang tim PKM yang terlibat dari masing-masing sesi tersebut, Untuk sesi pemanfaatan Media Promosi Berbasis Website disajikan oleh bapak Bapak Rahmat fauzi, S.Kom., M.Kom yang memiliki basis keilmuan dibidang Jaringan dan computer, Sesi pelatihan pemasaran disajikan oleh Bapak Yuliadi, S.Si., M.Ak yang memiliki keahlian di bidang keilmuan ekonomi dan sesi kewirausahaan disajikan oleh Ibu Dian Lestari Siregar, SE., M.Si yang memiliki keahlian dibidang ekonomi

Dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini hanya 11 orang anggota kelompok pengrajin asoka yang dapat mengikuti kegiatan PKM ini, hal ini di karenakan meningkatnya wabah penyebaran covid 19 ketika

pelaksanaan PKM ini dilakukan sehingga adanya permintaan batasan jumlah peserta yang ditetapkan oleh perangkat dilingkungan pengrajin asoka di tanjung Piayu kota Batam

Setelah pelaksanaan kegiatan tim Pengabdian memberikan bahan jahit kepada Kelompok pengrajin asoka, dengan tujuan agar kelompok tersebut dapat meningkatkan produktifitasnya. Sehingga dengan pelatihan ini diharapkan kepada Mitra dapat meningkatkan kualitas produknya dan pada akhirnya dengan hasil tersebut peningkatan kesejahteraan untuk masing-masing anggota.

Proses pendekatan dalam penyelesaian permasalahan pengrajin mengacu kepada (Maslan, Elisa, & Raymond, 2019) ialah sebagai berikut:

1. Membuat Media Promosi Berbasis Web pada kelompok pengrajin Asoka di Tanjung Piayu Kota Batam, kegiatan ini sajikan oleh Bapak Rahmat Fauzi, S.Kom., M.Kom dimana materi, pelaksanaan kegiatan ini meliputi :
 - a. Membeli domain untuk Kelompok pengrajin
 - b. Pemesanan *Hosting* untuk menyimpan file-file data keuangan kelompok
 - c. Pemilihan template *website* yang cocok dengan kelompok pengrajin
 - d. Pelatihan penggunaan dan operasional web
2. Kegiatan permasalahan kewirausahaan kegiatan ini sajikan oleh Bapak Yuliadi, S.Si., M.Ak dimana materi pelaksanaan kegiatan ini meliputi :
 - a. Pemahaman kajian kewirausahaan
 - b. Peningkatan Kreativitas dan ide
 - c. Peningkatan semangat kewirausahaan
3. Kegiatan terkait persoalan pemasaran, kegiatan ini sajikan oleh Ibu Dian Lestari Siregar, SE., M.Si dimana materi pelaksanaan kegiatan ini meliputi (Ilmu Manajemen)

Berikut list tahapan yang dilakukan:

 - a. Peningkatan pemahaman tentang segmentasi pasar,
 - b. Pelatihan perencanaan pemasaran
 - c. Pelatihan strategi penetapan harga
 - d. Pengaturan sistem distribusi,
 - e. pembekalan komunikasi pemasaran

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan PKM dibagi dalam tiga sesi selama dua hari. Pada Sesi pertama (Gambar 2) dilaksanakan pada hari Rabu, 5 agustus 2020 yang dimulai pada pukul 09.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB diawali dengan pembukaan serta sambutan yang disampaikan oleh Ketua Pengabdian Ibu Dian lestari Siregar, SE., M.Si dan ketua kelompok pengrajin asoka Ibu Ermawaty dan di dilanjutkan penyampaian materi oleh Bapak Rahmat Fauzi, S.Kom., M.Kom terkait pembuatan media promosi berbasis web, dan berakhir hingga pukul 16.00 WIB.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan sesi pertama

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan sesi dua dan ketiga (Gambar 3) dilaksanakan pada hari Sabtu, 08 agustus 2020 yang Disampaikan secara bergantian dimulai pada pukul 09.00 WIB sesi pertama materi disampaikan oleh oleh Bapak Yuliadi, S.Si., M.Ak terkait kewirausahaan hingga Pukul 12.00 WIB dan dilanjutkan oleh Ibu dian lestari Siregar, SE., M.Si yang penyampaian materi pemasaran yang dimulai pukul 13.00 WIB Hingga Pukul 16.00 WIB



Gambar 3. Pelaksanaan kegiatan sesi kedua dan ketiga

2. Dampak Ekonomi dan Sosial

Tim pengabdian telah menyusun tahap-tahap pendekatan yang dilakukan bagi mitra, yaitu:

- a. Pembuatan media promosi berbasis WEB, pelaksanaan kegiatannya meliputi:
 - a. Memberikan pelatihan cara mengelola WEB tersebut seperti system administrasinya, cara upload foto atau produk, dan tampilan yang diinginkan
 - b. Memberikan pemahaman fungsi aplikasi *chat*, *inbox*, dan tata cara memberikan pelayanan kepada pelanggan, serta memberikan pelatihan cara meng-*backup* data dari hosting.
- b. Kegiatan mengenai permasalahan kewirausahaan
 - a. Pemahaman kajian kewirausahaan
 - b. Peningkatan Kreativitas dan ide
 - c. Peningkatan semangat kewirausahaan
- c. Kegiatan mengenai permasalahan manajemen pemasaran. Adapun daftar-daftar kegiatan yang dilakukan:
 - 1) Pelatihan pemilihan segmentasi pasar,

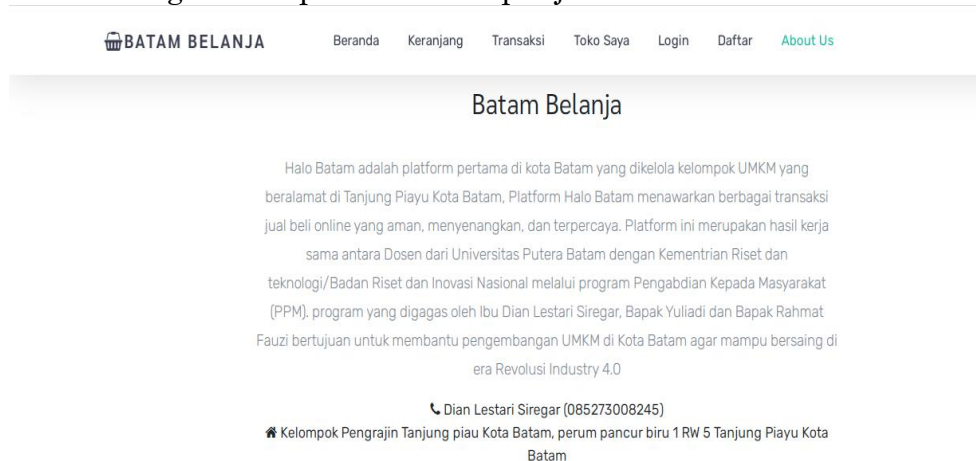
- 2) Pelatihan perencanaan pemasaran
- 3) Pelatihan strategi penetapan harga
- 4) Pengaturan sistem distribusi,
- 5) pembekalan komunikasi pemasaran

Metode yang digunakan dalam mengevaluasi dampak ekonomi dan sosial dari kegiatan PKM menggunakan pengukuran kuantitatif (Gambar 4). Alat ukur ini digunakan untuk melihat perbandingan kondisi kelompok pengrajin sebelum dan sesudah diadakannya kegiatan pengabdian ini. Dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *pre test* dan *post test* (Raymond, 2019).



Gambar 4. Pelaksanaan *pre test* dan *post test*

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan tim pengabdi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan tersebut telah membawa dampak yang positif terhadap ekonomi dan social kelompok pengrajin. Hal ini dibuktikan melalui telah publishnya website yang dikembangkan oleh pengrajin asoka melalui www.batambelanja.com dimana melalui website tersebut para pengrajin asoka terbukti lebih mudah memasarkan produk mereka dan meningkatkan produktifitas penjualan mereka



Gambar 5. Tampilan website Batam Belanja

Selain itu Peningkatan pengetahuan terkait seluruh materi yang telah diberikan dibuktikan melalui hasil *pre test* dan *post test* sebelum dan sesudah kegiatan ini dilakukan. Berikut rangkuman dari hasil pengujian tersebut.

- a. Dampak program PKM terhadap peningkatan keahlian mitra dalam penggunaan Website

Pada program PKM terhadap peningkatan keahlian mitra dalam penggunaan website, tim pengabdian melakukan pengujian terhadap pengetahuan para peserta yang hadir dalam kegiatan yang berjumlah 11 orang, dengan memberikan sejumlah pertanyaan berbentuk objektif terkait topik yang akan diberikan, setiap jawaban yang benar dari para peserta akan poin 1 dan salah akan diberikan poin 0. Tahapan selanjutnya hasil pengujian tersebut akan dibandingkan dengan Nilai pengujian setelah peserta tersebut menerima kegiatan penyuluhan dan pelatihan dari tim pengabdian, berikut adalah hasil pengujian untuk program PKM terhadap peningkatan keahlian mitra dalam penggunaan Website

Tabel 1. Hasil Penilaian Penggunaan *Website*

No	Nama	<i>Pre test</i>	<i>Post test</i>	Kesimpulan
1	Firda yenti	3	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
2	Helda	0	4	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
3	Yusmalinda	0	4	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
4	Nurjannah	2	6	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
5	Nunung	1	4	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
6	Ermawati	2	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
7	Anna	3	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
8	Dias	2	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
9	Hartatitik	1	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
10	Atikah	2	6	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
11	Desi	3	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman

Dari hasil pengolahan data dan pengujian yang dilakukan (Tabel 1) diperoleh bahwa telah terjadi peningkatan pemahaman dalam operasional dan fungsi penggunaan WEB. Namun ada tiga peserta yang masih harus meningkatkan pemahamannya yang lebih insentif yang dapat dilihat dari skor nilai yang dihasilkan masih belum termasuk pada kategori rendah. Namun demikian, hasil *pre test* dan *post test* menunjukkan hasil peningkatan maka secara umum disimpulkan kegiatan yang telah berjalan ini telah mampu meningkatkan pemahaman peserta dalam operasional; dan fungsi menggunakan WEB.

b. Dampak program PKM Peningkatan Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha

Pada program Peningkatan Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha, tim pengabdian melakukan pengujian terhadap pengetahuan para peserta yang hadir dalam kegiatan yang berjumlah 11 orang dengan memberikan sejumlah pertanyaan berbentuk objektif terkait topik yang akan diberikan, setiap jawaban yang benar dari para peserta akan poin 1 dan salah akan diberikan poin 0. Tahapan selanjutnya hasil pengujian tersebut akan dibandingkan dengan Nilai pengujian setelah peserta tersebut menerima kegiatan penyuluhan dan pelatihan dari tim pengabdian, berikut adalah hasil pengujian untuk program PKM Peningkatan Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha.

Tabel 2. Hasil penilaian kewirausahaan

No	Nama	<i>Pre test</i>	<i>Post test</i>	Kesimpulan
1	Firda yenti	2	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
2	Helda	1	6	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
3	Yusmalinda	3	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
4	Nurjannah	4	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
5	Nunung	3	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
6	Ermawati	5	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
7	Anna	4	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
8	Dias	3	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
9	Hartatitik	3	9	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
10	Atikah	3	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
11	Desi	4	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman

Dari olah data dan pengujian (Tabel 2) telah diperoleh bahwa telah terjadi peningkatan pemahaman dalam kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. Maka dapat disimpulkan bahwa program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah mampu meningkatkan pemahaman dalam kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha.

c. Dampak program PKM terhadap peningkatan keahlian kegiatan pemasaran

Pada program terhadap peningkatan keahlian kegiatan pemasaran, tim pengabdian melakukan pengujian terhadap pengetahuan para peserta yang hadir dalam kegiatan yang berjumlah 11 orang dengan memberikan sejumlah pertanyaan berbentuk objektif terkait topik

yang akan diberikan, setiap jawaban yang benar dari para peserta akan poin 1 dan salah akan diberikan poin 0. Tahapan selanjutnya hasil pengujian tersebut akan dibandingkan dengan Nilai pengujian setelah peserta tersebut menerima kegiatan penyuluhan dan pelatihan dari tim pengabdian, berikut adalah hasil pengujian untuk program terhadap peningkatan keahlian kegiatan pemasaran

Tabel 3. Hasil penilaian pemasaran

No	Nama	<i>Pre test</i>	<i>Post test</i>	Kesimpulan
1	Firda yenti	1	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
2	Helda	3	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
3	Yusmalinda	2	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
4	Nurjannah	2	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
5	Nunung	4	9	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
6	Ermawati	3	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
7	Anna	3	9	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
8	Dias	2	7	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
9	Hartatitik	1	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
10	Atikah	2	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman
11	Desi	3	8	Adanya Peningkatan keahlian dan pemahaman

Dari hasil pengujian didapat hasil bahwa telah terjadi peningkatan pemahaman dalam kegiatan pemasaran hal ini dapat disimpulkan program yang telah dijalankan telah mampu meningkatkan pemahaman peserta dalam kegiatan pemasaran.

3. Kontribusi Mitra terhadap pelaksanaan

Mitra terlibat aktif dalam mendukung kegiatan PKM ini. Kontribusi masyarakat terhadap kegiatan ini antara lain seperti menyiapkan berbagai fasilitas yang dibutuhkan pada saat pelaksanaan kegiatan, menyediakan tenaga pendukung yaitu masyarakat yang membantu mengkoordinir para peserta dalam pelaksanaan kegiatan berlangsung, menyediakan tempat atau lokasi kegiatan selama kegiatan program pengabdian.

4. Faktor yang Menghambat/ Kendala

Dalam proses pelaksanaan kegiatan, tentu tidak selalu berjalan dengan mulus. Ada beberapa kendala yang dihadapi tim pengabdian, yakni:

- a. Anggota peserta kegiatan pengrajin Asoka ternyata masih banyak yang tidak paham mengenai konsep pemasaran, kewirausahaan dan pengaplikasian program *Website*

- b. Masih terdapat peserta yang terlambat hadir dalam pelaksanaan kegiatan, sehingga materi yang mereka terima tidak utuh

5. Faktor yang Mendukung

- a. Tersedia tenaga ahli yang memadai dalam pelaksanaan pengabdian ini
- b. Antusias kelompok pengrajin asoka yang cukup tinggi terhadap pelaksanaan pengabdian, karena kelompok pengrajin asoka menganggap materi yang disampaikan merupakan kebutuhan untuk pengembangan usaha mereka
- c. Dukungan pengrajin yang mengharapkan kegiatan ini dan dukungan tim PKM mengakomodir waktu dan tempat dalam pelaksanaan PKM pada kelompok pengrajin.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan yang telah berlangsung, tim Abdimas yang telah melaksanakan kegiatan pengabdian menyimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terselenggara dengan baik dan lancar. Kegiatan tersebut sesuai dengan materi dan tahapan-tahapan yang telah disusun diawal. Peserta juga disimpulkan telah menguasai dan dapat menerima materi dengan baik, hal ini dibuktikan dengan dimilikinya website yang dikelola sendiri oleh kelompok pengrajin asoka www.batambelnja.com sehingga dengan adanya website tersebut proses pemasaran dan penjualan produk kerajinan menjadi lebih mudah.

Selain itu terdapat peningkatan pemahaman dari kelompok pengrajin asoka melalui hasil *pre test* dan *post test*, yang menunjukkan hasil peningkatan Adapun saran dari hasil pelaksanaan PKM yang telah dilakukan yakni (1) Agar pelaksanaan kegiatan PKM ini tidak berhenti pada tahapan ini saja dan terus berlanjut hingga para peserta benar benar mampu dan menguasai topik pemasaran, kewirausahaan dan pengaplikasian program *Website*, diharapkan topik yang dibahas juga dapat diperluas diluar topik yang sudah diberikan; (2) Memberikan pemahaman kepada para peserta tentang manfaat dari kegiatan PKM ini, sehingga timbul kesadaran dari peserta untuk bisa datang lebih awal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan terima kasih sebesar besarnya untuk RISTEK-BRIN yang telah mendanai kegiatan PKM ini melalui skema hibah Pengabdian kepada masyarakat (PPM) selain itu kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Putera Batam yang telah mendukung berbagai kegiatan administrasi untuk pelaksanaan kegiatan PKM ini, dan juga kepada para pengrajin Asoka khususnya Ibu Ermawaty yang bersedia menjadi MITRA dalam kegiatan PKM ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Angelina, Wahyuningsih, & Herawati. (2019). Peranan analisis biaya kualitas dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 7(1), 1–8.
- Arliman. (2017). Perlindungan hukum umkm dari eksploitasi ekonomi dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6, 387–402.

- Arsyad, Himawan, & Adam. (2015). Pengembangan Kewirausahaan Umkm : Suatu Tantangan Di Era Ekonomi Digital. In *Proceeding Seminar Nasional & Call for Papers*. Universitas Jenderal Soedirman. Retrieved from http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/623/pdf_67
- BPS. (2019). *Batam Dalam Angka*. Batam.
- Dodo. (2019). Wisatawan Asal Singapura Dominasi Kunjungan Wisman ke Kepri. *Batamnews*. Retrieved from <https://www.batamnews.co.id/berita-46439-wisatawan-asal-singapura-dominasi-kunjungan-wisman-ke-kepri.html>
- Hadipermana. (2009). Model Kewirausahaan Koperasi Dan Implikasinya Terhadap Program Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 4(2).
- Maghfirah, O. S., & Fitri, Y. (2019). Analisis Efisiensi Biaya Produksi Dengan Penggunaan Biaya Standar Dalam Meningkatkan Rasio Net Profit Margin (Studi Empiris Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 4(2), 334–343.
- Maslan, A., Elisa, E., & Raymond. (2019). Pembuatan Media Promosi Berbasis Web , Sistem Administrasi dan Manajemen Pemasaran pada Mitra Kelompok Usaha Bersama (KUB) Nelayan di Kelurahan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4), 491–500. <https://doi.org/10.30653/002.201944.230>
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40–52.
- Ramdani. (2012). Penetapan Harga Jual Produk Dengan Pendekatan Full Costing Dan Variabel Costing Pada Umkm Gunung Jaya Makassar. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(3), 337–345.
- Ranto. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner Di Yogyakarta. *JBMA*, III(2), 1–11.
- Raymond. (2018). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Pelatihan Perencanaan Pemasaran Bagi Kelompok Usaha Kerajinan Taufan Handrycraft Di Kota Batam. *J-Abdipamas*, 01(2), 1–6.
- Raymond. (2019). Pembinaan Perencanaan Pemasaran Produk Bagi Anggota Pkk Asoka Dikota Batam, 1–5.
- Rokhmah, B. E., & Almaidah, S. (2018). PKM Peningkatan Produktivitas Dan Manajemen Pemasaran Pada Usaha Kecil Penghasil Roti Dan Kue Basah Di Kadipiro Banjarsari Surakarta. *Senadimas*, 210–216.
- Rusdianto. (2015). Rp106 miliar bagi PAD di Kota Batam. *Kepri.antaranews*. Batam. Retrieved from <https://kepri.antaranews.com/berita/32177/pariwisata-kota-batam-sumbang-pad-rp127-miliar>
- Wibowo, Arifin, & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.