

## LITERASI JUALAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN HASIL KERAJINAN PADA KOMUNITAS INDUSTRI KREATIF CANGKANG KERANG DI KOTA PAREPARE

Andi Bahri S<sup>1\*</sup>, Muzdalifah Muhammadun<sup>2</sup>, Nurul Qisti Al Ihfa<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare, Indonesia

<sup>3</sup>Prodi Magister Ekonomi Syariah, IAIN Parepare, Indonesia

[andibahris@iainpare.ac.id](mailto:andibahris@iainpare.ac.id)<sup>1</sup>, [muzdalifahmuhammadun@iainpare.ac.id](mailto:muzdalifahmuhammadun@iainpare.ac.id)<sup>2</sup>, [nurulqistialihfa@gmail.com](mailto:nurulqistialihfa@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Penguatan industri kreatif dari pasar tradisional menuju pasar ekonomi global berbasis online pada komunitas perempuan Pengrajin Cangkang Kerang di Kota Parepare Sulawesi Selatan. Kegiatan Penelitian dan Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami wujud usaha serta permasalahan yang dihadapi di dalam pengembangan industri kreatif cangkang kerang yang dilakukan oleh komunitas para perempuan pengrajin di kecamatan Soreang di bawah koordinasi Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Parepare, serta untuk mendampingi komunitas tersebut dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka dalam bidang produksi dan pemasaran industri kreatif secara online. Pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Tahapan pelaksanaannya dilakukan dengan cara sosialisasi dan workshop tentang tips dan trik dalam menjual produk kerajinan secara online dan langkah kerja e-commerce dengan menghadirkan peserta sebanyak 20 orang. Pelaksanaan program pendampingan ini mampu meningkatkan pemahaman anggota komunitas mitra pemberdayaan terkait pentingnya pemasaran/penjualan secara online, dan telah mendorong mitra pengabdian menggunakan aplikasi jual-beli online. Selain dua hal tersebut, kegiatan ini juga telah meningkatkan literasi komunitas mitra terkait legalitas hukum dan regulasi peraturan yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi jual-beli secara online. Dari pengabdian ini direkomendasikan adanya kerjasama dalam bentuk surat perjanjian bersama demi terjalannya kemitraan dalam bentuk pengabdian yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Perempuan Pengrajin; Cangkang Kerang; Industri Kreatif; PAR; E-commerce.

**Abstract:** *Strengthening the creative industries from traditional-local markets to online-based global economic markets for the women's community of Shellfish Artisans in Parepare, South Sulawesi. This Research and Community Engagement Service aims to find out and to explore the business type and problems faced in developing the shell creative industry carried out by the Women Artisan Community in Soreang sub-district, coordinated and supported by the Region for Nationality Craft Council of Parepare, as well as to assist the Community Engagement in increasing their knowledge and understanding in online Producing and marketing literacy for the creative industry products. This dedication applied the Participatory Action Research (PAR) approach. The service implemented by socialization and workshops on tips and tricks in online selling craft products and e-commerce work steps by presenting twenty participants. The implementation of this community engagement program has increased the participants' understanding and their empowerment partnership related to the importance of online sales as well as marketing, and it has also encouraged the partners using online buying and selling applications. In addition to these two things, this activity has also improved the literacy of partner communities related to legality and regulations that have to be considered in conducting online buying and selling transactions. From this dedication, it would recommend a cooperation in the form of mutual agreement for establishing the sustainable engagement partnership.*

**Keywords:** *Artisan Women; Shellfish Artisans; Creative Industry; PAR; E-commerce*



#### Article History:

Received: 15-01-2022

Revised : 25-02-2022

Accepted: 04-03-2022

Online : 16-04-2022



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

## A. LATAR BELAKANG

Saat ini, industri kreatif menjadi primadona dunia. Setiap negara mulai menyadari arti penting sektor ini sehingga menjadikannya sebagai prioritas pembangunannya, tak terkecuali Indonesia. Selain itu, sektor ini juga menjadi alternatif tumpuan di tengah persoalan anjloknya harga minyak yang merembet ke sektor-sektor lainnya, juga melemahnya perekonomian Indonesia di tengah pandemi covid-19. Secara khusus pengembangan industri kreatif di Indonesia dituangkan dalam bentuk Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif (INPRES, 2009). Perkembangan usaha kecil dan menengah pada industri kreatif Kota Parepare menurut data Kementerian Koperasi dan UKM berjumlah 26.000 pelaku usaha. Menurut data tersebut, bantuan yang dikucurkan oleh Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare hanya mencapai 1.643 orang tahun 2020, atau sekitar 6,3%. Namun pada tahun 2021 meningkat menjadi 3.925 pelaku usaha atau 15% (Parepos, 2021). Angka yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan daerah lain di Sulawesi Selatan (BPIW, 2021). Dari sekian banyak jumlah industri kreatif di Kota Parepare, hanya sedikit komunitas industri kreatif yang bergerak di bidang kerajinan dengan memproduksi kerajinan souvenir yang berbahan dasar cangkang kerang. Komunitas pengrajin cangkang kerang adalah komunitas yang dibentuk oleh kelompok perempuan istri nelayan di Kecamatan Soreang Kota Parepare dan dibina langsung oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Parepare.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan tampak beberapa permasalahan yang bisa diidentifikasi diantaranya: (1) Komunitas pengrajin cangkang kerang yang ada belum mampu melakukan inovasi produk kekinian yang sesuai dengan perkembangan zaman, seperti mempercantik kemasan dan memberikan label produk pada kerajinan yang diproduksi; (2) Komunitas pengrajin cangkang kerang yang ada belum mampu mengembangkan pemasaran dan penjualan produk melalui jaringan online; (3) Belum adanya manajemen pemasaran yang terkini yang mampu membawa dampak dalam keberlanjutan dari usaha cangkang kerang tersebut (Wawancara, 2021).

Kegiatan pemberdayaan usaha cangkang kerang ini bertujuan untuk mengorganisir agar pengrajin kerang dapat menghasilkan kerajinan cangkang kerang dengan pendampingan dari pemerintah untuk memiliki galeri seni sendiri sehingga dapat menyelesaikan masalah permodalan. Selain itu, penguatan usaha cangkang kerang ini merupakan salah satu bentuk dakwah dalam tindakan nyata yang efektif sehingga masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidup, sekaligus kualitas keimanannya. Penguatan ini diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman akan keagamaan namun juga mendorong pertumbuhan etos kerja yang Islami.

Beberapa riset pengabdian terdahulu yang relevan dengan kajian dalam riset pengabdian ini telah dilakukan oleh beberapa Sarjana; Rosa Linda

pada tahun 2016 melakukan riset pengabdian tentang *Pemberdayaan Ekonomi Kreatif melalui Daur Ulang Sampah Plastik* (Linda, 2018). Riset ini berhasil menunjukkan bahwa kegiatan daur ulang sampah plastik di Bank Sampah Berlian telah berkontribusi dalam meningkatkan manfaat sosial, manfaat ekonomi, dan telah memberikan pengetahuan tentang pengolahan sampah yang baik dan mempunyai nilai ekonomis bagi warga masyarakat. Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga dalam Perspektif Ekonomi Islam telah dilakukan oleh Heny Febria Sari di Desa Adiwarno Batanghari Lampung Timur, (Sari, 2017). Riset pengabdian dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Pembuatan Sabun Cair pada anggota Aisyiah di Wilayah Solo Raya oleh Rois Fatani. Hasil riset pengabdian memaparkan arti penting usaha ekonomi kreatif yang berpotensi menggerakkan tenaga kerja ibu rumah tangga (Fatoni & Fatimah, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh G.S.A. Putra dan Maulana juga menguatkan perlunya strategi yang efektif dalam mengembangkan industri kreatif. Dalam penelitian keduanya menegaskan bahwa industri kreatif yang berkembang saat ini di tengah pasar industri global masih sangat rendah, baik dari segi produksi maupun dari sisi daya saing tinggi. Dengan menggunakan model porter diamond analysis, penelitian ini telah menyusun rancangan strategi bagi kluster industri alas kaki Tamansari serta mengkaji faktor peluang dan ancaman dalam mengembangkan industri kreatif (Putra & Maulana, 2018). Dewi Suriani dkk., pada tahun 2020 telah melakukan riset pengabdian tentang Pelatihan Macrame untuk Meningkatkan Keterampilan ibu-ibu rumah tangga produktif di lingkungan Kelurahan Dalung. Riset pengabdian tersebut menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan telah memberi manfaat bagi para mitra untuk meningkatkan pendapatan rumah tangganya, menjadikan keterampilan tali macrame menjadi barang yang bernilai ekonomis, serta keterampilan yang dimiliki ibu-ibu PKK dalam membuat barang yang diajarkan sesuai dengan arahan, telah menghasilkan barang yang unik dan memiliki daya jual (Surani, Andini, & Mahdy, 2020).

Penelitian dan pengabdian terkait cangkang kerang juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya: Riset pengabdian yang dilakukan oleh Syahmidarni Al Islamiyah dkk. pada tahun 2021 dengan mengambil tema pemanfaatan limbah cangkang kerang menjadi cinderamata, menyatakan bahwa salah satu upaya untuk meningkatkan komoditi dalam bidang industri kreatif Kota Gorontalo adalah memanfaatkan cangkang kerang beserta derivasinya. Kelebihan Cangkang kerang ini merupakan olahan yang bisa dijadikan produk kerajinan yang bernilai tinggi seperti halnya cinderamata. Hasil dari pelatihan ini, menurut Al Islamiyah akan meningkatkan industri pariwisata di daerah tersebut (Al Islamiyah, Azis, & Engelen, 2021). Sejalan dengan riset pengabdian tersebut, karya Abubakar S. dkk. yang melakukan pengabdian

di daerah pesisir pada kelurahan Kastela Kabupaten Ternate telah menguatkan keberadaan kerajinan cangkang kerang sebagai komoditi untuk meningkatkan pendapatan daerah. Pengabdian yang bertemakan pemanfaatan limbah cangkang kerang untuk produk kerajinan tangan masyarakat pesisir bertujuan untuk memanfaatkan cangkang kerang sebagai bahan dasar utama pembuatan aneka kerajinan yang bernilai ekonomis dan berhasil mengurangi potensi pencemaran lingkungan (Abubakar et al., 2021).

Tulisan hasil pengabdian berikutnya, yang turut menguatkan betapa cangkang kerang telah menjadi primadona, adalah riset supriadi dkk. tentang *community empowerment through seashell craft design training to improve household economy* (Supriadi, 2021). Melalui penggunaan metode Asset-Based Community Development (ABCD, Supriadi telah berhasil melakukan pemberdayaan masyarakat yang menghasilkan pembuatan sembilan bentuk kerajinan cangkang kerang yang bernilai jual tinggi. Pelaksanaan kegiatan pendampingan ini telah meningkatkan *soft skill* dan *hard skill* subyek dampingan dalam pengolahan kulit kerang. Sedangkan penelitian terkait cangkang kerang di Kota Parepare telah pernah juga dilakukan oleh mahasiswa tingkat sarjana IAIN Parepare. telah dilakukan. Namun lebih pada mendeskripsikan kondisi yang terdapat pada komunitas, tanpa berupaya menemukan solusi dalam menangani persolan manajemen yang menjadi permasalahan pada komunitas pengrajin cangkang kerang, terkhusus penerapan manajemen pemasaran Islami (Ihfa, 2021). Kondisi terkini sebagaimana yang dipaparkan dalam penelitian Qisti tersebut menunjukkan bahwa terdapat kendala dalam melaksanakan penjualan akibat rendahnya pengetahuan pengembangan kualitas dan kemampuan pemasaran yang efektif (Ihfa, 2021).

Berdasarkan uraian di atas, maka tampak bahwa semua bentuk pemberdayaan yang dilakukan oleh para periset pengabdian sebelumnya belumlah menyentuh proses pemasaran produk kerajinan cangkang kerang secara online sebagaimana yang dilakukan dalam pengabdian ini. Pemasaran yang dimaksud di sini, tidak hanya berkuat pada pemasaran tradisional tetapi menyentuh pasar global yang sudah barang tentu meningkatkan pendapatan asli daerah, bahkan kelak mampu meningkatkan perolehan pundi-pundi devisa nasional. Poin ini menjadikan tulisan paper ini menjadi penting sekaligus menjadi nilai kebaruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wujud usaha industri kreatif cangkang kerang yang dilakukan oleh komunitas pengrajin di Kota Parepare serta untuk mendampingi komunitas tersebut di dalam meningkatkan kemampuan bisnis dan literasi pemasaran digital mereka melalui workshop inovasi karya dan pemasaran online.

## B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan *Metode Participatory Action Research* (PAR) dengan menekankan pada lima tahapan prinsip pendampingan, yaitu: tahapan *participation*; *repetition*; *relevance*; *transference*; dan tahapan *feedback* (Swantz, 2008; Kemmis, 2013). Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam riset pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian pendahuluan (*preliminary research*) dilakukan untuk menggali kondisi awal komunitas perempuan pengrajin cangkang kerang, tokoh masyarakat, serta dinas pariwisata dan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Parepare melalui metode pengamatan langsung (*direct observation*), metode wawancara mendalam (*indepth interview*), dan dokumentasi. Dari tahap pertama ini, dihasilkan adanya pemetaan wilayah (*mapping*) dan penelusuran wilayah (*transect*) komunitas perempuan pengrajin cangkang kerang yang ada di Kota Parepare.
2. Pelaksanaan strategi pemberdayaan komunitas perempuan pengrajin cangkang kerang bersama-sama antara tim peneliti LP2M IAIN Parepare, tokoh masyarakat, dan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Parepare. Dalam tahap ini, dilakukan kegiatan *collective meeting* dalam bentuk Focus Group Discussion (FGD) atau diskusi grup terfokus dan analisa sosial. Selanjutnya akan dilakukan pemetaan masalah dan menyusun rencana aksi dari beberapa aksi yang mungkin akan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran melalui *e-commerce*.
3. Refleksi dan evaluasi. Pada langkah ini proses monitoring dan evaluasi dilakukan oleh tim peneliti bersama komunitas mitra sebagai bagian dari refleksi kegiatan. Evaluasi dilakukan untuk menilai kualitas program beserta hasilnya secara berkala dengan menggunakan metode atau pendekatan tertentu. Metode evaluasi yang digunakan yaitu model evaluasi CIPP (context, input, process, product). Evaluasi model CIPP dapat diterapkan dalam berbagai bidang, seperti manajemen, perusahaan, pendidikan dan sebagainya. Pada model evaluasi CIPP, komponen konteks (context) dapat membantu dalam menentukan kebutuhan mitra untuk mengidentifikasi proses dan kebutuhan masyarakat sebagai mitra pemberdayaan. Masukan (input) adalah komponen evaluasi yang dapat menentukan suatu perencanaan terbaik dalam mengetahui kebutuhan. Proses (process) adalah komponen evaluasi yang menjaga proses perencanaan dan hambatannya, serta mengidentifikasi rencana kebutuhan pengelola. Sedangkan hasil (product) adalah komponen evaluasi yang dapat diukur dan dinilai hasil keluarannya serta dapat diperkirakan tentang manfaat, nilai, signifikan dan peluangnya (Zhang, 2011).

Dari ketiga langkah ini dibuatlah pemetaan masalah yang akan melahirkan kesepakatan untuk melakukan aksi pemberdayaan kembali, sehingga proses pemberdayaan berjalan secara spiral: aksi-refleksi-aksi-refleksi dan seterusnya. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan pada hari Selasa, 9 November 2021 di Gerai Dekranasda Gedung Balai Ainun Kota Parepare. Kegiatan tersebut dihadiri langsung oleh Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Parepare Dr. Zainal Said, MH., dan dibuka secara resmi oleh Ketua Pembina Dewan Kerajinan Daerah (Dekranasda) Kota Parepare Hj. Erna Rasyid Taufan, SE., M.Pd. sekaligus Ibu Ketua PKK Kota Parepare. Ibu hadir dan terlibat langsung dalam kegiatan pengabdian tersebut sebagai wujud perhatian dan keseriusan Pemerintah Kota Parepare dalam mengkampanyekan dan mewujudkan Kota Parepare sebagai pusat industri tanpa cerobong asap.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Penelitian Pendahuluan (*Preliminary Research*)

Secara historis, keberadaan komunitas pengrajin kerajinan kerang di Kota Parepare berawal sekitar tahun 2009-2010 berupa kreasi “iseng” oleh salah satu anggota komunitas yang menggunakan aksesoris bros untuk jilbab yang terbuat dari cangkang kerang di beberapa kegiatan pertemuan yang dihadiri oleh Ibu-ibu dari berbagai komunitas. Disalah satu pertemuan yang dihadiri oleh anggota komunitas pengrajin cangkang kerang tersebut, dalam waktu yang bersamaan juga hadir Ketua PKK Kota Parepare. Berkat pertemuan tersebut, akhirnya Ibu Ketua PKK mencari tau keberadaan komunitas pengrajin cangkang yang ada di Kota Parepare dan mengajak untuk terlibat aktif dalam memperkenalkan karya-karya kreatif yang dihasilkan dari cangkang kerang di berbagai even pameran, fashion show, dan penjualan secara massif. Berbagai produk kerajinan dari cangkang kerang yang dibuat oleh komunitas pengrajin cangkang di Parepare telah diikutsertakan ke beberapa even pameran, seperti Pameran PKK di Kota Makassar. Bahkan dalam perkembangannya komunitas pengrajin cangkang tersebut telah dimasukkan oleh Ibu Ketua PKK Kota Parepare sebagai bagian dari produk kreatif yang di bina oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Parepare.

Dekranasda Kota Parepare menjadi wadah yang representatif dan wujud afirmatif dari Pemerintah Kota untuk mengembangkan industri-industri kreatif yang dihasilkan oleh komunitas pengrajin industri kreatif. Berbagai industri kreatif yang bernaung di bawah pembinaan dekranasda, seperti kerajinan batik, baju batik, cangkang kerang, kerajinan berbahan dasar kayu, bambu, dan batok kelapa, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Tim Peneliti Bersama Anggota Mitra saat Wawancara

Di masa pandemi covid-19, komunitas pengrajin cangkang kerang sangat merasakan juga dampak dari wabah yang terjadi secara global. Para pengrajin tidak bisa mengembangkan kerajinannya sebab para pelaku lebih banyak bekerja secara kelompok dalam membuat suatu kerajinan cangkang kerang. Sebagai bentuk kepedulian terhadap pengrajin produk UKM agar tetap berdaya secara ekonomi, Dewan kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Parepare, berbagi ratusan paket sembako di Ruang Galeri Dekranasda di lantai 1 gedung balai Ainun.

Komunitas pengrajin cangkang kerang seperti Kelompok Pengrajin Bunga Mekar dapat terus berlanjut aktifitasnya berkat dukungan moril maupun bantuan materil dari Pemerintah Kota Parepare melalui Dekranasda dan Dinas Perindustrian. Produk kerajinan yang dihasilkan lebih banyak dijual secara promosi *word of mouth* di komunitas Ibu-ibu di Kota Parepare. Dari berbagai komunitas Ibu-ibu yang ada, efek *word of mouth* tersebut bekerja dengan sendirinya sehingga peminat kerajinan cangkang kerang yang diproduksi oleh komunitas pengrajin bunga mekar semakin meningkat. Ada beragam jenis hasil kerajinan yang dapat dibuat oleh Kelompok Pengrajin Bunga Mekar, berupa bola lampion, tempat tissue, tempat hand sanitaizer, vase bunga, dan banyak lagi yang lain. Berikut beberapa contoh hasil kerajinan yang berhasil dibuat di komintas pengrajin cangkang kerang yang dibina oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Parepare, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Contoh Hasil Kerajinan Cangkang Kerang yang Diproduksi

Kerajinan kerang sebagai kerajinan yang lebih khusus dibuat untuk menjadi aksesoris pakaian dan perlengkapan pernak-pernik hiasan rumah tangga. Untuk membuat suatu kerajinan yang terbuat dari cangkang kerang, para pelaku industri kreatif tersebut bekerja secara berkelompok. Komunitas sebagai wadah untuk memfasilitas alat, bahan baku dan mekanisme kerja kelompok yang terdiri dari perempuan ibu-ibu ramah tangga, dan sebagian besar adalah istri-istri para nelayan yang bekerja sehari-hari menangkap ikan di laut. Keberadaan komunitas yang dibentuk dan dibina oleh Dekaranasda juga menjadi wadah untuk menampung hasil kerajinan yang telah di produksi, untuk finishing dan dipasarkan ke berbagai komunitas Ibu-ibu, even-even pameran, atau menyampaikan kepada pihak yang telah memesan hasil kerajinan. Berikut beberapa contoh kerja kelompok yang dilakukan oleh komunitas pengrajin cangkang kelompok mekar di Kec. Soreang Kota Parepare, seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Aktivitas Mitra Komunitas Pengrajin Cangkang Kerang Bunga Mekar

## **2. Pelaksanaan Pemberdayaan Komunitas Perempuan Pengrajin Cangkang Kerang**

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan didesain dalam bentuk workshop. Tema workshop dispesifikkan pada masalah pokok yang diangkat, yaitu: tips menjual produk kerajinan cangkang kerang secara online. Program pengabdian ini diawali dengan sesi sosialisasi dan pengenalan strategi pemasaran dan penjualan produk kerajinan secara online. Sosialisasi tersebut berupa pemaparan materi pertama mengenai penjualan suatu produk secara online. Kemudian dilanjutkan pemaparan materi kedua mengenai aspek legalitas dalam bertransaksi secara online yaitu menjelaskan mengenai aturan dan sanksi yang diterapkan dalam penggunaan media elektronik secara digital khususnya dalam kegiatan usaha. Sesi berikutnya adalah sesi sosialisasi dan pengenalan strategi pemasaran dan penjualan produk kerajinan secara online. Sosialisasi tersebut berupa pemaparan materi pertama mengenai penjualan suatu



produk secara online. Kemudian dilanjutkan pemaparan materi kedua mengenai aspek legalitas dalam bertransaksi secara online yaitu menjelaskan mengenai aturan dan sanksi yang diterapkan dalam penggunaan media elektronik secara digital khususnya dalam kegiatan usaha. Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan sesi diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi dan pengenalan cara menjual produk secara online tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra. Setelah semua rangkaian materi disampaikan kepada mitra, sesi terakhir dilanjutkan dengan pelatihan. Pelatihan yang dimaksud adalah praktek pembuatan dan penggunaan toko online untuk kegiatan usaha. Pelatihan tersebut berupa tutorial dan pendampingan praktek kepada mitra agar dapat membuat dan mengoperasikan toko online dalam kegiatan usaha. Adapun aplikasi yang dipraktikkan oleh narasumber yaitu Instagram dan Shopee. Berikut konten kegiatan yang dilaksanakan:

a. Pengenalan Pemasaran dan Penjualan di Online Marketplace

Materi pertama disampaikan oleh Bapak Rizal, S.E., Akt. Ulasan dalam materi pertama terkait pemasaran online untuk produk dagang secara mitra. Materi tersebut diberikan dengan tujuan untuk memperkenalkan strategi pelaku usaha dalam memasarkan produk secara online dengan memanfaatkan media smartphone maupun komputer agar bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, perdagangan secara online juga memudahkan pembeli dalam bertransaksi, dan telah menjadi cara baru yang sangat diminati oleh konsumen. Materi yang disampaikan meliputi pengertian dan tujuan pemasaran online, manfaat pemasaran online, jenis media pemasaran online dan terakhir mekanisme pemasaran online. Pemateri juga memperkenalkan pula satu aplikasi market place yang banyak digunakan pelaku usaha di Indonesia yaitu Shopee. Aplikasi Shopee merupakan market place untuk kegiatan perdagangan dengan mekanisme rekening bersama. Dana yang di transfer pembeli atas pembelian suatu barang masuk pada rekening bersama shopee dan ditahan sampai barang diterima oleh pembeli dalam keadaan aman. Ketika barang sudah diterima dengan aman oleh pembeli maka shopee akan melepas dana ke rekening penjual. Mekanisme tersebut bertujuan untuk menghindari adanya penipuan, karena jika barang yang dikirim tidak sesuai maka pembeli dapat mengajukan pengembalian dana (refund). Respon dari Peserta sangat aktif dan terbuka, hal ini ditunjukkan dengan interaksi dua arah, dan beberapa pertanyaan yang disampaikan oleh Peserta kepada Pemateri. Berikut dokumentasi pada saat pemaparan materi, seperti terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Pemateri Menjelaskan tentang Bisnis Online *Ecommerce*

b. Legalitas dalam Transaksi Jual-Beli secara Online

Materi tentang legalitas dalam transaksi jual-beli online disampaikan oleh Bapak Rahman, SE. Materi ini disampaikan untuk memperkenalkan aspek-aspek hukum dalam perdagangan online, khususnya mengenai pengenalan regulasi dan penerapan sanksi dalam bertransaksi secara online. Meskipun saat ini mulai banyak Pelaku Usaha yang melakukan perdagangan secara online, namun banyak pula pelaku usaha yang belum paham mengenai regulasi yang mengatur aturan main dalam bertransaksi secara online, sehingga banyak terjadi penipuan. Oleh karena itu, materi ini disampaikan untuk memberikan pengetahuan (literasi dan edukasi) kepada mitra agar dalam menjalankan bisnis secara online harus disertai dengan pemahaman hukum yang berlaku dalam transaksi jual-beli online, sehingga mitra dapat berhati-hati dan menerapkan etika berbisnis sesuai aturan dalam bisnis secara online.

Adapun materi yang disampaikan yaitu regulasi dan sanksi perdagangan online yang diatur dalam Undang-undang tentang informasi dan transaksi elektronik serta penjelasan jenis-jenis pelanggaran dalam bisnis online. Peserta sangat tertarik pada materi ini, khususnya pada saat diskusi mengenai penjelasan jenis bisnis online, karena selama ini pelaku usaha belum mengetahui hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam transaksi jual-beli secara online, seperti menggunakan gambar atau foto produk yang merupakan hasil plagiat, ternyata merupakan pelanggaran dan dapat digugat secara hukum. Pelaku usaha dilarang menggunakan foto/gambar produk orang lain untuk dipasarkan tanpa seizin pemiliknya, padahal hal tersebut selama ini banyak dilakukan oleh beberapa pelaku usaha. Berikut dokumentasi pada saat pemaparan materi:



**Gambar 3.** Penjelasan Materi terkait Legalitas Bisnis secara Online

### c. Simulasi Penggunaan Akun Shopee

Pada akhir sesi setelah semua materi Pengabdian kepada Masyarakat telah disampaikan, berikutnya adalah simulasi pembuatan dan penggunaan akun jual-beli online di market place shopee. Simulasi ini ditampilkan dengan praktik secara langsung oleh dua narasumber (Rizal, SE. Akt, dan Rahman, SE) dengan menggunakan media Laptop dan smartpone. Simulasi diawali dengan pembuatan akun, kemudian cara menggunakan fitur-fitur dalam akun, unggah produk hingga cara transfer dan cara pengiriman barang.

### 3. Refleksi dan Evaluasi

Setelah program PkM selesai dilaksanakan, keberhasilan program sebelum dan sesudah kegiatan diukur melalui tanya jawab sebelum materi disampaikan dan evaluasi serta latihan pada saat materi sudah disampaikan. Adapun hasil yang telah tercapai, seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Indikator Capaian Luaran Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No	Kegiatan	Indikator	Luaran	Sebelum (%)	Sesudah (%)	Ket.
1	Sosialisasi Pemasaran online	Pemahaman esensi pemasaran online.	Dapat menjawab esensi pemasaran online	50%	85%	Tercapai
		Dapat membedakan pemasaran konvensional & online	Dapat menjawab perbedaan pemasaran online & konvensional	50%	85%	Tercapai
2	Sosialisasi Aspek Hukum	Pemahaman regulasi bertransaksi	Dapat menjawab regulasi	0%	60%	Tercapai

	Perdagangan Online	online	bertransaksi online.			
		Pemahaman pelanggaran bertransaksi online	Dapat menjawab pelanggaran transaksi online	0%	60%	Tercapai
3	Pelatihan Pembuatan Akun Shopee	Pembuatan Akun shopee pelaku usaha	Akun shopee pelaku usaha	10%	70%	Tercapai

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa program PkM telah mencapai luaran yang diharapkan yaitu pengenalan dan penggunaan aplikasi online dalam melakukan penjualan produk kerajinan cangkang kerang, sehingga hasil dari program tersebut diharapkan dapat diterapkan dan dimanfaatkan oleh Peserta dalam mengembangkan kegiatan usaha. Indikator program ini merupakan indikator yang terukur dengan adanya bukti akun pelaku usaha yang terdaftar dalam shopee yang berhasil dibuat oleh mitra.

#### 4. Kendala yang Dihadapi

Peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan dari awal hingga akhir acara, khususnya pada saat praktek cara melakukan penjualan produk di akun toko online shopee. Selama ini, mitra lebih banyak menggunakan pemasaran secara konvensional, meskipun ada beberapa pelaku usaha yang sudah melakukan pemasaran secara online namun hanya sebatas penggunaan facebook saja yang jangkauan pasarnya masih sangat terbatas dan lebih cocok digunakan sebagai media sosial. Untuk itu agar kendala-kendala tersebut mampu diatasi maka perlu melibatkan anggota atau anak muda yang lebih melek teknologi sebagai operator didalam mengaplikasikan perangkat digital dalam memasarkan produk kerajinan secara online di berbagai macam aplikasi e-commerce.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam bentuk workshop penjualan produk kerajinan secara online telah meningkatkan pemahaman anggota komunitas pengrajin cangkang kerang yang berada di bawah naungan Dekranasda Kota Parepare tentang pentingnya pemasaran secara online, dan telah mendorong pelaku industri kreatif cangkang kerang menggunakan aplikasi jual-beli online seperti Shopee, Tokopedia dan lain-lainnya. Kegiatan ini juga telah meningkatkan literasi peserta terkait aspek legalitas hukum dan regulasi yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi secara online (Undang-undang ITE), sehingga para

peserta dari komunitas pengrajin cangkang kerang yang dikoordinir oleh Bapak Uchi dapat meningkatkan keuntungan dan mengembangkan kegiatan usahanya lebih baik lagi di masa mendatang. Dari hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, saran yang dapat direkomendasikan adalah perlu dilakukan pelatihan pembuatan brand/merek dagang dan hak cipta bagi komunitas pengrajin cangkang, dan perlu merekrut serta melibatkan anggota komunitas yang cakap teknologi digital untuk menunjang teknik penjualan produk secara online yang lebih intensif dan progresif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Parepare dan kepada Ketua Pembina Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Parepare atas dukungan materil dan moril dengan kehadirannya secara langsung pada kegiatan pengabdian ini, sehingga kegiatan pengabdian tersebut terlaksana dengan baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abubakar, S., Kadir, M. A., Serosero, R. H., Subur, R., Widiyanti, S. E., Susanto, A. N., & Rina, R. (2021). Pemanfaatan Limbah Cangkang Kerang Untuk Produk Kerajinan Tangan Masyarakat Pesisir. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4).
- Achoke, F. P. (2021). E-commerce and Sustainable Competitive Advantage of Savings and Credit Cooperative Societies in Nairobi City County. University of Nairobi.
- Al Islamiyah, S., Azis, R., & Engelen, A. (2021). Pemanfaatan Limbah Cangkang Kerang Menjadi Cinderamata. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 7(1), 41–43.
- Chu, G. M., Nguyen, N. T. T., & Khuong, M. H. (n.d.). What digital content marketing works for e-commerce platforms? An analysis of customers' passive use in enhancing purchase intention. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Humancentered Artificial Intelligence (Computing4Human 2021). CEUR Workshop Proceedings, Da Nang, Vietnam (Oct 2021)*.
- Fatoni, R., & Fatimah, S. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pembuatan Sabun Cair; Sebuah Upaya Pemberdayaan Anggota Aisyiah Di Wilayah Solo Raya. *URECOL*, 149–152.
- Ghofur, A., Edy, I. T., Rohman, R., & Athobari, M. F. (2020). Pengembangan UMKM Songkok Melalui Model E-Business Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Industri Kreatif Masyarakat Di Kelurahan Banjarmendalan Kabupaten Lamongan. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 720–726.
- Ghosal, I., Prasad, B., Behera, M. P., & Kumar, A. (2021). Depicting the Prototype Change in Rural Consumer Behaviour: An Empirical Survey on Online Purchase Intention. *Paradigm*, 25(2), 161–180.
- Harjawati, T. (2018). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Lembaga Pembiayaan Di Sentra Industri Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Industri Kuliner Kota Tangerang Selatan). *SOSIO-DIDAKTIKA: Social Science Education Journal*, 1(1), 64–77.
- Ihfa, N. Q. Al. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif melalui Komunitas Kerajinan Cangkang Kerang di Soreang (Analisis Ekonomi Syariah). IAIN Parepare.

- Ilhamuddin, H. M., Rusminah, R., Hilmiati, H., & Ahyar, M. (2018). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Perhiasan Mutiara Di Kota Mataram. *Jmm Unram-Master of Management Journal*, 7(1), 58–69.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2013). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer Science & Business Media.
- Linda, R. (2018). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Melalui Daur Ulang Sampah Plastik (studi kasus bank sampah berlian kelurahan tangkerang labuai). *Jurnal Al-Iqtishad*, 12(1), 1–19.
- Purnama, N. I., Putri, L. P., & Bahagia, R. (2021). Analisis E-commerce Dalam Membantu Penjualan UMKM di Tengah Pandemi. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(2), 194–200.
- Putra, G. S. A., & Maulana, N. (2018). Strategi Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Indonesia: Studi Kasus Pengembangan Klaster Industri Alas Kaki Kecamatan Tamansari, Bogor. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 97–109.
- Sahhw, A. P. D. N. M. (2021). A reading of e-commerce and e-marketing and their impact on international trade. *Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences*, 17(55 part 3).
- Sari, H. F. (2017). Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga dalam Perspektif Ekonomi Islamp (Studi pada Usaha Kecil Dodol Lele, di Desa Adiwarno Batanghari Lampung Timur). IAIN Metro.
- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. (2018). Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1).
- Supriadi, N. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan desain kerajinan kulit kerang untuk meningkatkan perekonomian rumah tangga. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 41–50.
- Surani, D., Andini, M., & Mahdy, N. (2020). Pelatihan Macrame Untuk Meningkatkan Keterampilan Ibu-Ibu Rumah Tangga Produktif Di Lingkungan Kelurahan Dalung. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(2), 143–152.
- Swantz, M. L. (2008). Participatory action research as practice. *The Sage Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice*, 31–48.
- Tabassum, T., Haque, N., Mustary, T., & Habib, M. M. (2021). Investigation on the Effects of COVID-19 on Consumers' Purchasing Behaviour. *Journal Homepage: Www. Ijamac. Com*, 1(1).
- Whyte, W. F. (1989). Advancing scientific knowledge through participatory action research. In *Sociological forum* (Vol. 4, pp. 367–385). Springer.
- Zhang, G, et.al. (2011). Using the Context, Input, Process, and Product Evaluation Model (CIPP) as a Comprehensive Framework to Guide the Planning, Implementation, and Assessment of Service-learning Programs. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, Vol. 15 No. 4.
- Parepos. (2021), <https://parepos.co.id/2021/04/capai-rp-4-m-program-bpum-gerakan-ekonomi-parepare/>, diakses 2 November 2021.
- BPIW. (2021), <http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/n/kota-otonom/72>.
- Tempo. (2016), <https://bisnis.tempo.co/read/750007/industri-kreatif-sumbang-rp-642-triliun-dari-total-pdb-ri/full&view=ok>