

PEMASARAN PRODUK MACRAME HANDYCRAFT PADA MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI SARANA ONLINE MARKETING

Hani Irmayanti¹, Sri Nurhayati², Riani Lubis³
Teknik Komputer¹, Sistem Komputer², Teknik Informatika³
Universitas Komputer Indonesia
email : haniirmayanti@email.unikom.ac.id¹

ABSTRACT

The problem with partners is that partners don't know how to use technology for the promotion and sale of macrame handicrafts. Partners also have difficulty in making product branding, so it is still difficult to introduce the handicraft products they make to the wider community. The purpose of this Community Service and Empowerment is to introduce the use of technology as a medium to promote and sell products and provide information on how to build product branding power with Instagram. Instagram will be used in this promotion process, because now this media has quite a lot of users from all walks of life, not only used for personal interests, but also used for business. The method that will be used in this activity is the provision of material to explain what Instagram is, how to use social media, besides that, training for Housewife in RT.01 Kebonwaru, Bandung in making Instagram accounts. Then training in the use of Instagram for promotional and sales activities. In addition, training in product branding that will be promoted on Instagram. After this community service and empowerment activity was carried out, the Housewife in RT.01 were more aware of the use of Instagram and also better understood how to market their products on Instagram.

Keywords : Handycraft, Instagram, Marketing

ABSTRAK

Permasalahan yang ada pada mitra adalah mitra belum mengetahui bagaimana pemanfaatan teknologi untuk promosi dan penjualan hasil kerajinan makrame. Mitra juga kesulitan dalam membuat branding produk, sehingga masih kesulitan dalam memperkenalkan produk kerajinan tangan yang mereka buat ke masyarakat luas. Tujuan dilaksanakan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat ini adalah Memperkenalkan penggunaan teknologi sebagai media untuk melakukan promosi dan penjualan produk serta memberikan informasi bagaimana cara membangun kekuatan branding produk dengan media sosial Instagram. Media social Instagram akan digunakan dalam proses promosi ini, karena sekarang media ini penggunaanya cukup banyak dari semua kalangan, tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi, akan tetapi digunakan juga untuk bisnis. Metode yang akan digunakan dalam kegiatan ini adalah pembekalan materi untuk menjelaskan apa itu media sosial Instagram, bagaimana cara menggunakan media sosial tersebut, selain itu juga dilakukan pelatihan terhadap Ibu-Ibu di RT.01 Kelurahan Kebonwaru Kota Bandung dalam melakukan pembuatan akun Instagram. Kemudian pelatihan dalam penggunaan Instagram untuk kegiatan promosi dan penjualan. Selain itu juga pelatihan dalam branding produk yang akan di promosikan dalam Instagram. Setelah dilaksanakannya kegiatan Pengabdian dan pemberdayaan pada masyarakat ini, Ibu-Ibu di RT.01 lebih paham penggunaan media sosial Instagram dan juga lebih memahami lagi bagaimana cara memasarkan produk mereka di media sosial Instagram.

Kata kunci: Handycraft, Instagram, Marketing

PENDAHULUAN

Di era sekarang penggunaan teknologi sangat erat dengan kegiatan sehari-hari [1]. Semua informasi yang ada dapat disebarluaskan dengan cepat tanpa terbatas ruang dan waktu. Masyarakat dapat mengakses informasi tentang apapun dengan mudah. Kemudahan tersebut karena adanya media platform seperti sosial media, website maupun platform lainnya yang menyediakan berbagai informasi[2]. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat meringankan beban aktivitas sehari-hari. Perkembangan teknologi ini semakin pesat karena dipengaruhi oleh berbagai macam factor, diantaranya adalah area cakupan internet, peningkatan bandwidth internet, perkembangan *smartphone*, adanya *e-commerce* dan berbagai macam *social media* serta Masyarakat semakin banyak yang memahami dan aktif menggunakan internet[3][4]

Salah satu inovasi teknologi pada kegiatan pemasaran adalah dengan menggunakan internet berupa pemasaran dengan cara digital merupakan paradigma yang harus diketahui dalam bisnis sekarang. Apabila dahulu berjualan itu face to face, saat ini model interaksi itu berkembang ke interaksi modern berbasis elektronik[5]–[7].

Kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat ini bekerja sama dengan Kelompok Ibu Rumah Tangga pembuat macramé handycraft yang berlokasi di RT.01 Kelurahan Kebonwaru Kota Bandung. Pada awalnya ibu rumah tangga di RT.01 Kelurahan Kebonwaru ini membuat macramé hanya untuk mengisi waktu kosong mereka setelah selesai mengerjakan pekerjaan rumah tangga. Selain itu ada juga para ibu bekerja yang mengikuti kegiatan ini setelah selesai bekerja, namun selanjutnya Ibu-Ibu ini mulai berpikir untuk menjadikan kegiatan ini sebagai usaha untuk mendapatkan pemasukan tambahan.

Macrame adalah kerajinan mengikat tali. Bahan utama pembuatan makrame adalah macam-macam jenis tali, diantaranya adalah tali yang bahan dasarnya serat tumbuh-tumbuhan seperti tali goni dan ijuk, kemudian ada juga tali yang bahan dasarnya dari bulu

hewan seperti tali mool, selain itu ada juga tali yang berasal dari serat sintetis seperti tali nilon.[8]

Produk macramé yang dihasilkan oleh ibu-ibu ini cukup beragam, mulai dari gantungan kunci, *strap mask*, kipas, dompet, *clutch* dan tas. Hasil kerajinan tangan ini, biasanya di promosikan di beberapa pameran dan juga dititipkan di toko oleh-oleh yang ada di Kota Bandung. Akan tetapi Ibu-Ibu ini merasa hasil penjualannya kurang maksimal, perputaran produknya pun terbilang lambat, sehingga pendapatan yang didapat pun belum menutup modal yang sudah dikeluarkan.

Banyak media yang dapat digunakan untuk promosi jualan, salah satunya adalah Instagram[9]–[11]. Instagram merupakan salah satu media sosial, yang didalamnya kita dapat mengunggah foto dan video. Oleh karena itu media ini dapat menjadi salah satu sarana yang membantu Ibu-ibu tersebut dalam kegiatan promosi kerajinan tangan yang sudah mereka buat. Akan tetapi yang menjadi kendala, Ibu-ibu ini sama sekali tidak familiar dengan Instagram. Oleh karena itu pada kegiatan Pengabdian dan Pemberdayaan masyarakat ini dilakukan pemaparan materi mengenai pemasaran produk melalui Instagram sebagai media online marketingnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dengan beberapa alat bantu yang digunakan, diantaranya adalah *smartphone*, laptop, dan infokus. Materi disampaikan dengan metode ceramah, praktek mengelola Instagram secara langsung, sesi tanya jawab dan mendiskusikan apa yang menjadi pertanyaan dari peserta. Langkah-langkah pelaksanaannya sebagai berikut :

1. Persiapan

Pada bagian ini dilakukan analisis kebutuhan dari mitra pada kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat, kebutuhan mereka diantaranya adalah bagaimana mempromosikan produk yang sudah dihasilkan, dan media apa saja yang

sudah digunakan untuk promosi tersebut. Setelah proses analisis selesai, kebutuhan mitra adalah diadakanya kegiatan pelatihan yaitu kegiatan pelatihan penggunaan Instagram sebagai media promosi.

2. Pelaksanaan

Pada bagian ini pelaksanaan pengabdian dan pemberdayaan pada masyarakat adalah memberikan pelatihan dalam menggunakan media social Instagram. Harapannya dengan dilaksanakannya pelatihan ini, peserta dapat memaksimalkan promosi produk yang dihasilkan menggunakan media social Instagram. Dokumentasi kegiatan pelatihan dapat dilihat pada Gambar 1

3. Evaluasi

Pada bagian ini dilakukan evaluasi untuk dapat *feedback* dari pelatihan yang sudah dilaksanakan dan keberlanjutan kegiatan ini selanjutnya dapat ditentukan kemudian. Dalam bagian ini dilakukan pembagian kuisisioner kepada peserta. Hasil dari evaluasi digunakan untuk pembuatan laporan akhir dari pelaksanaan kegiatan pengabdian dan pemberdayaan pada masyarakat.

4. Pembuatan Laporan

Pada bagian ini dibuat laporan kegiatan yang sudah dilaksanakan dan dilakukan pembuatan jurnal yang akan dipublikasikan.



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang di capai dari setiap tahapan kegiatan pada pengabdian ini adalah :

1. Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pengabdian dan pemberdayaan pada masyarakat ini dilaksanakan dengan kegiatan pelatihan dengan menggunakan alat bantu laptop, smartphone, dan infokus. Pelatihan ini dilakukan dengan 18 Juni 2022 dari pukul 13.00 sampai dengan 15.00, peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 14 orang. Pelatihan penggunaan media social Instagram dilaksanakan dengan praktek langsung semua peserta, sehingga Ketika menemukan kendala dapat langsung diantisipasi.

2. Evaluasi kegiatan

Kegiatan evaluasi ini dilakukan untuk menilai dan melihat sejauh mana peserta paham dan mampu menggunakan media sosial Instagram dengan menganalisis pemberian kuisisioner yang sudah diberikan ke peserta setelah pelaksanaan pelatihan. Pemberian kuisisioner kepada peserta dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan. Kuisisioner ini diberikan untuk menilai pemahaman dari peserta terhadap materi tentang penggunaan *media social Instagram*. Untuk melakukan evaluasi kegiatan yang ada di susun kriteria penilaian dan daftar pertanyaan yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2

Pada saat pelaksanaan ada beberapa hambatan yang ditemui, hambatan tersebut terjadi karena beberapa faktor, diantaranya adalah :

a. Infrastruktur teknologi

Infrastruktur teknologi yang digunakan pada kegiatan ini adalah laptop, smartphone dan infokus, serta akses jaringan internet. Hambatan yang terjadi pada saat pelatihan adalah Infokus yang bermasalah ditengah berlangsungnya kegiatan, sehingga peserta kurang maksimal dalam menerima dan menyimak materi. Selain itu juga terjadi penurunan kecepatan akses pada saat demo penggunaan Instagram sehingga membuat akses internet putus sehingga diperlukan waktu untuk menghubungkan kembali.

b. Kemampuan menggunakan Smartphone
Peserta kegiatan sudah semuanya memilik Smartphone, akan tetapi tidak semuanya dapat memaksimalkan penggunaan smartphonenya. Terutama dalam penggunaan media social, hanya media social tertentu saja yang mereka ketahui dan biasa mereka gunakan.

c. Durasi pelatihan yang singkat
Beberapa orang mungkin dapat menangkap materi dengan lebih cepat hanya dengan membaca, namun ada juga yang membutuhkan waktu lebih lama sampai benar-benar paham. Bahkan ada juga yang membutuhkan penjelasan dari orang lain agar dapat memahami materi yang dipelajari. Selain itu tidak sedikit yang ingin dipandu secara langsung dari nol sampai mereka benar-benar paham

Tabel 1 Kriteria Penilaian

Kriteria	Nilai
Sangat baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Tidak Baik	2
Sangat tidak baik	1

Tabel 2 Daftar Pertanyaan

No	Pertanyaan
1	Tema pelatihan sesuai kebutuhan
2	Materi yang disampaikan lengkap
3	Suasana kegiatan nyaman
4	Pelaksanaan Kegiatan Tepat Waktu
5	Servis kegiatan Bagus
6	Penyajian Materi Pelatihan
7	Penguasaan Materi yang disampaikan
8	Interaksi dengan Peserta
9	Alat bantu kegiatan

Kuisisioner diberikan kepada 14 peserta kegiatan dan diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Rekapitulasi Kuisisioner

No	Pertanyaan	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang Baik	Sangat Kurang	Indeks
1	Tema pelatihan sesuai kebutuhan	9	5	0	0	0	92,86%
2	Materi yang disampaikan lengkap	6	8	0	0	0	88,57%
3	Suasana kegiatan nyaman	7	7	0	0	0	90,00%
4	Pelaksanaan Kegiatan Tepat Waktu	8	6	0	0	0	91,43%
5	Servis kegiatan Bagus	5	9	0	0	0	87,14%
6	Penyajian Materi Pelatihan	7	7	0	0	0	90,00%
7	Penguasaan Materi yang disampaikan	7	7	0	0	0	90,00%
8	Interaksi dengan Peserta	4	10	0	0	0	85,71%
9	Alat Bantu Kegiatan	7	7	0	0	0	90,00%

Berdasarkan data rekapitulasi kuisisioner pada tabel 3 dapat disimpulkan bahwa :

1. Untuk mengetahui bagaimana pendapat peserta tentang tema pelatihan terlihat bahwa 9 orang memiliki pendapat materi yang diberikan sangat baik, dan 5 peserta memiliki pendapat baik, serta tidak ada peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang.
2. Untuk mengetahui bagaimana kelengkapan materi pelatihan yang disampaikan terlihat bahwa peserta memberikan respon sangat baik sebanyak 6 orang dan 8 peserta memberikan pendapat baik. Peserta yang memberikan cukup, kurang baik, atau sangat kurang tidak ada.
3. Untuk mengetahui bagaimana kenyamanan peserta dalam pelatihan terlihat bahwa peserta memberikan pendapat sangat baik juga baik masing-masing sebanyak 7 orang. Tidak ada peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang.
4. Untuk mengetahui bagaimana ketepatan waktu pelatihan oleh pemateri terlihat bahwa peserta memberikan pendapat sangat baik sebanyak 8 orang dan sisanya baik sebanyak 6 orang. Peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang tidak ada.
5. Untuk mengetahui bagaimana servis kegiatan dari pemateri/narasumber terlihat bahwa peserta memberikan pendapat sangat baik sebanyak 5 orang dan baik sebanyak 9 orang Peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang tidak ada.

6. Untuk mengetahui bagaimana penyajian materi dari narasumber terlihat bahwa peserta memberikan pendapat baik dan sangat baik sebanyak 7 orang. Peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang tidak ada.
7. Untuk mengetahui penguasaan materi narasumber dalam pelatihan terlihat bahwa peserta memberikan pendapat baik dan sangat baik masing-masing sebanyak 7 orang. Tidak ada peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang.
8. Untuk mengetahui bagaimana Interaksi Narasumber dan peserta dalam pelatihan terlihat bahwa peserta berpendapat sangat baik sebanyak 4 orang dan baik sebanyak 10 orang. Peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang tidak ada
9. Untuk mengetahui bagaimana alat bantu yang digunakan dalam kegiatan pelatihan terlihat bahwa peserta yang berpendapat baik dan sangat baik sebanyak 7 orang. Peserta yang memberikan pendapat cukup, kurang baik, atau sangat kurang tidak ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) di Kelurahan Kebonwaru Kota Bandung, dimana yang menjadi sasarannya adalah para ibu rumah tangga yang memiliki kegiatan membuat kerajinan tangan macrame, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Para Ibu Rumah Tangga tersebut sudah mulai memahami bagaimana cara memasarkan

produk yang mereka buat dengan menggunakan media sosial terutama Instagram. Meskipun pada saat pelaksanaan terdapat beberapa masalah seperti koneksi internet yang tidak stabil, kemampuan ibu-ibu untuk menggunakan smartphone dan social media yang belum optimal, juga waktu pelaksanaan kegiatan yang belum mencukupi, akan tetapi kegiatan berjalan cukup lancar. Kesimpulan ini berdasarkan dari respon kuisioner dimana tidak ada respon cukup, kurang ataupun kurang baik dari para peserta dan dilihat juga dari hasil praktek langsung pada saat pelaksanaan kegiatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih saya sampaikan kepada Divisi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Universitas Komputer Indonesia yang telah mendukung dalam pendanaan, serta ucapat terima kasih saya sampaikan kepada Ibu-Ibu Rumah Tangga RT.01 Kelurahan Kebonwaru Kota Bandung yang telah ikut dalam kegiatan ini, sehingga acara berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Simanjutak and K. Handoko, "MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat History Artikel," 2019.
- [2] N. Meilinda, "SOCIAL MEDIA ON CAMPUS: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI," 2018. [Online]. Available: <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/index>
- [3] F. Nidaul Khasanah, S. Samsiana, R. Trias Handayanto, A. Setyowati Srie Gunarti, and I. Raharja, "Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce sebagai Media Pemasaran dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid 19," 2020. [Online]. Available: <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JSTPM>
- [4] S. Nurhayati, H. Irmayanti, and R. Lubis, "Optimalisasi Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Macrame Handycart Bagi Ibu Rumah Tangga Rt.01 Kelurahan Kebonwaru Kota Bandung." Accessed: Nov. 08, 2022. [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/petik/article/view/7557>
- [5] G. Herman Was, A. Sariningsih, S. Bina Mandiri, K. Bogor, and J. Barat, "Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, vol. 1, no. 1, 2021.
- [6] C. Fajri, "Pelatihan Digital Marketing (Sosial Media) Untuk Meningkatkan Life Skill Santri Dan Staf Marketing Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Depok."
- [7] N. Sunardi, E. A. Nurzaman, R. Lesmana, and W. Hasbiayah, "Peran Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid 19 Application of Digital Marketing and Financial Management in Efforts to Increase SME Income Impacts on Community Welfare in the Covid 19 Pandemic," *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, vol. 1, no. 2, 2020, [Online]. Available: <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>
- [8] D. Anggraini, H. Hasnawati, and D. Dalifa, "Pelatihan Keterampilan Makrame Bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Lingkar Barat Kota Bengkulu," *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS*, vol. 16, no. 2, pp. 115–125, 2018, doi: 10.33369/dr.v16i2.6438.
- [9] I. B. Wedanta, D. Putra, N. Vicramaditya, D. Komunikasi, S. Rupa, and D. Desain, "Instagram sebagai Media Promosi Happiness Jungle di Masa Pandemi (Instagram as a Promotion Media for Happiness Jungle

- during the Pandemic Period).” [Online]. Available: <https://bali.bisnis.com>
- [10] R. Megadini and M. L. Anggapuspa, “Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya,” *Jurnal Barik*, vol. 3, no. 1, pp. 69–81, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [11] F. Nidaul Khasanah, S. Samsiana, R. Trias Handayanto, A. Setyowati Srie Gunarti, and I. Raharja, “Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce sebagai Media Pemasaran dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid 19,” 2020. [Online]. Available: <http://ejournal.ubharajaya.ac.id/index.php/JSTPM>