

# Capacity Building Mitra Dalam Ceruk Pasar Kerajinan Untuk Meningkatkan Exposure Produk Etnik

Salma Fauziyyah<sup>1\*</sup>, Deasy Wulandari<sup>2</sup>, N. Ari Subagio<sup>3</sup>,  
Nurhayati<sup>4</sup>, Agus Priyono<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

\* salma.feb@unej.ac.id;

## Abstrak

Bisnis UKM mampu tetap berdiri tegak dan perlahan membantu negara untuk membangkitkan perekonomiannya pada kondisi ekonomi negara yang sempat mengalami keterpurukan akibat pandemi Covid-19. Banyak UKM yang mulai dikembangkan oleh masyarakat Indonesia pada bidang kerajinan salah satunya di Jember adalah Zayyan Art Design. Selama sepuluh tahun menjalankan bisnis ini, terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh Zayyan Art Design. Permasalahan tersebut utamanya terkait bidang pemasaran. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka solusi yang akan dilakukan melalui upaya menargetkan pasar serta pelanggan baru dan memasuki sistem penjualan baru. Upaya tersebut dilakukan dengan cara melakukan analisis segmentasi pasar untuk mengidentifikasi pelanggan potensial. Selain itu upaya memasuki sistem penjualan baru dilakukan sebagai upaya untuk memasuki dunia bisnis baru yakni ke pemasaran online. Upaya ini dilakukan dengan memanfaatkan marketplace online yang sudah ada dan dengan strategi peningkatan SEO (Search Engine Optimization) untuk memudahkan pelanggan dunia maya menemukan produk mitra yang dipasarkan. Video promosi Zayyan art Design digunakan sebagai upaya untuk peningkatan exposure produk mitra. Semakin produk mitra banyak diketahui oleh khalayak masyarakat, diharapkan dapat semakin meningkatkan potensi penjualannya yang pada akhirnya memperbesar bisnis mitra.

**Kata Kunci:** *capacity building, exposure product, strategi, pemasaran online*

## Pendahuluan

Sektor bisnis UKM ternyata mampu menjadi salah satu penopang perekonomian Indonesia ditengah badai krisis yang dialami pada tahun 1997. Begitu pula dengan kondisi ekonomi negara yang juga sempat mengalami keterpurukan akibat pandemi Covid-19, bisnis UKM juga masih mampu untuk berdiri tegak dan perlahan membantu negara untuk membangkitkan perekonomiannya. Banyak UKM yang mulai dikembangkan oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah kriya (handicraft). Salah satu UKM yang bergerak dibidang kriya adalah Zayyan Art Design. Zayyan Art Design adalah UKM yang memproduksi perhiasan dengan bahan dasar kawat tembaga dan manik-manik atau batu alam serta kain perca. UKM ini didirikan pada tahun 2011 oleh Titik Retno dan saat ini bertempat Perumahan Villa Indah Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Proses produksinya dilakukan secara manual dengan tangan oleh sang pemilik.

Keunikan produk yang dihasilkan oleh Zayyan Art Design adalah perhiasan dengan model yang unik, rapih, dan berbahan dasar premium.

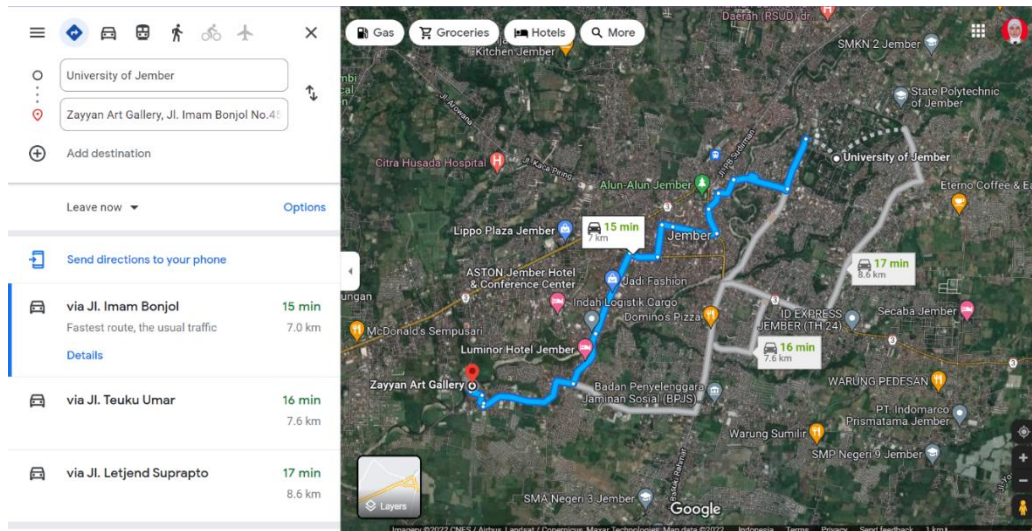
Selama sepuluh tahun menjalankan bisnis ini, terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh Zayyan Art Design. Permasalahan tersebut terkait bidang pemasaran, MSDM, dan modal usaha. Permasalahan bidang pemasaran tentang pangsa pasar, pemasaran melalui sarana digital dan content creator.

Sampai saat ini Zayyan Art Design belum memiliki fokus pada pangsa pasar mana yang menjadi sasaran serta kemampuan mengenali para kompetitor yang sudah menggeluti bidang kerajinan ini. Selain itu, sebagai pemilik sekaligus pengelola Zayyan Art Design Bu Retno juga kurang mampu memanfaatkan sarana sosial media untuk membantu memasarkan produk-produknya. Hal ini juga terkait ketiadaan SDM yang dimiliki sebagai pihak yang berperan sebagai content creator sekaligus pengelola sosial media Zayyan Art Design. Di bidang MSDM permasalahan yang dialami yaitu ketiadaan admin yang khusus membantu dalam mengelola sosial media serta tidak adanya asisten yang dapat membantu Bu Retno dalam proses produksi. Permasalahan selanjutnya yaitu terkait modal usaha yang belum dikelola dengan baik, khususnya pencatatan kas milik usaha.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka solusi yang akan dilakukan melalui upaya menargetkan pasar serta pelanggan baru dan memasuki sistem penjualan baru. Upaya tersebut dilakukan dengan cara melakukan analisis segmentasi pasar dan diharapkan melalui cara ini dapat mengidentifikasi pelanggan baru yang potensial. Selain itu Upaya memasuki sistem penjualan baru dilakukan sebagai upaya untuk memasuki dunia bisnis baru yakni ke pemasaran online. Upaya ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan marketplace online yang sudah ada serta bisa juga dengan strategi peningkatan SEO (Search Engine Optimization) untuk memudahkan pelanggan dunia maya menemukan produk mitra yang dipasarkan.

## **Metode Pelaksanaan**

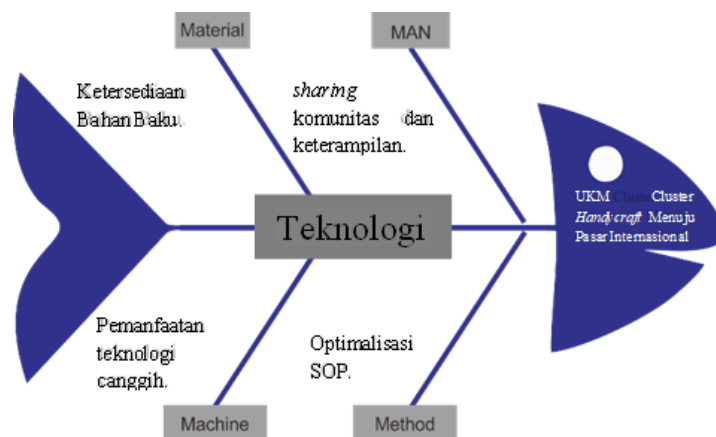
Lokasi kegiatan pengabdian ini adalah di Zayyan Art Gallery yang beralamatkan di Jl. Imam Bonjol No.45 Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. Peta lokasi Pengabdian ditunjukkan pada Gambar 1. Waktu pelaksanaan pengabdian selama 3 bulan yaitu Bulan September hingga Desember 2021.



**Gambar 1.** Peta Lokasi Pengabdian

Khalayak sasaran/Mitra Kegiatan pada pengabdian ini adalah Zayyan Art Design yang merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang kerajinan di Jember. Pengabdian berbasis penelitian yang dilakukan merupakan hilirisasi dari penelitian Model Distribusi Industri Kreatif Menuju Pasar Internasional yang sesuai dengan Road Map KeRis SMEsEM menyebutkan bahwa implementasi temuan-temuan hasil sebelumnya ke dalam manajemen UKM demi peningkatan efektivitas dan efisiensi kinerja UKM. Berdasarkan penelitian Kelompok Riset SMEs SERVICE MANAGEMENT dengan judul Model Distribusi Industri Kreatif Jember Menuju Pasar Internasional telah menghasilkan tiga rumusan model distribusi industri kreatif Jember menuju pasar internasional. Tiga model tersebut adalah Model Distribusi Cluster Kuliner, Model Distribusi Cluster Fesyen, dan Model Distribusi Cluster Kerajinan. Model yang diimplementasikan pada kegiatan ini adalah model distribusi cluster kerajinan.

Untuk mewujudkan hilirisasi penelitian sebelumnya, digunakanlah diagram tulang ikan cluster handicraft pada UKM – Zayyan Art Design. Hasil dari analisis diagram tulang ikan ditemukan beberapa penyebab yang menjadi penghambat utama pada cluster kerajinan untuk melangkah ke pasar internasional. Permasalahannya kurangnya keterampilan berbahasa asing oleh SDM, kurang terkininya menggunakan teknologi pada bisnis dan jumlah permodalan usaha yang masih minim.



**Gambar 2.** Diagram Tulang Ikan (Fishbone Diagram) Cluster Kerajinan

Berdasarkan identifikasi penyebab permasalahan tersebut maka metode pelaksanaan pengabdian yang digunakan meliputi:

- a. Prioritas solusi masalah mitra
- b. Pembentukan tim
- c. Pendampingan literasi pemasaran online
- d. Realisasi solusi masalah mitra

Tahap pertama adalah “Prioritas solusi masalah mitra”. Hasil identifikasi menunjukkan ada tiga masalah yang dihadapi mitra kegiatan pengabdian ini. Solusi yang dirasa mendesak dan sesuai dengan kondisi lingkungan saat ini harus segera dipilih. Prioritas solusi jatuh pada updating menggunakan teknologi pada bisnis, terutama teknologi informasi. Tentu saja penggunaannya diarahkan pada upaya peningkatan omset penjualan atau peningkatan pelanggan.

Tahap kedua adalah “Pembentukan tim”. Langkah ini dimaksudkan agar ada pembagian tugas dan penanggungjawab (personil in charge–PIC) tahapan kegiatan pengabdian ini. Personil kegiatan terbagi menjadi Tim Pendamping Literasi dan Tim Realisasi Solusi. Tim pertama dikoordinasikan oleh Dr. Deasy Wulandari, M.Si dan Salma Fauziyyah, SE., MM sedangkan tim kedua dikoordinasikan oleh N. Ari Subagio, SE., M.Si.

Tahap selanjutnya adalah “Pendampingan literasi pemasaran online”. Pendampingan literasi merupakan kegiatan pelatihan bagi mitra tentang pemanfaatan fasilitas internet online untuk memasarkan produk. Setelah dikuasai teknologinya maka harus dapat diaplikasikan. Aktivitas aplikasi ini diarahkan oleh Tim Realisasi Solusi. Materi pelatihan terhadap owner Zayyan Art Design dikhususkan pada pemasaran online. Pilihan materi semata-mata disesuaikan dengan perkembangan lingkungan bisnis saat ini, yaitu cara cepat dan mudah belajar internet untuk memasarkan produknya.

Akhirnya, tahap final kegiatan adalah “Realisasi solusi masalah mitra”. Pembuatan video menjadi pilihan aktivitas yang diyakini dapat menjadi solusi bagi Zayyan Art Design memanfaatkan teknologi informasi.

Indikator keberhasilan dalam pengabdian kali ini adalah peningkatan exposure produk mitra, yaitu melalui pembuatan video promosi dengan konten edukasi proses produksi. Semakin produk mitra banyak diketahui oleh khalayak masyarakat, diharapkan dapat semakin meningkatkan potensi penjualannya. TKT penelitian dalam kegiatan pengabdian ini adalah TKT Penelitian 5. TKT 5 menjelaskan validasi komponen/subsistem dalam suatu lingkungan industri kreatif yang relevan. Setelah melakukan program ini, pelaksana mengharapkan pelaku UMKM khususnya Zayyan Art Design memiliki wawasan serta meningkatnya skill mitra dalam menerapkan dan mempraktekkan pemasaran online sebagai strategi meningkatkan *exposure product*.

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan pemberdayaan Zayyan Art Design di Perumahan Villa Indah Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember agar memiliki produk yang dapat memasuki sistem penjualan baru dilakukan sebagai upaya untuk memasuki dunia bisnis baru yakni ke pemasaran online.

Upaya ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan marketplace online yang sudah ada serta bisa juga dengan strategi peningkatan SEO (Search Engine Optimization) untuk memudahkan pelanggan dunia maya menemukan produk mitra yang dipasarkan.

Selama sepuluh tahun menjalankan bisnis ini, terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh Zayyan Art Design. Permasalahan tersebut terkait bidang pemasaran, MSDM, dan modal usaha. Permasalahan bidang pemasaran tentang pangsa pasar, pemasaran melalui sarana digital dan content creator. Sampai saat ini Zayyan Art Design belum memiliki fokus pada pangsa pasar mana yang menjadi sasaran serta kemampuan mengenali para kompetitor yang sudah menggeluti bidang kerajinan ini. Selain itu, sebagai pemilik sekaligus pengelola Zayyan Art Design Bu Retno juga kurang mampu memanfaatkan sarana sosial media untuk membantu memasarkan produk-produknya. Hal ini juga terkait ketiadaan SDM yang dimiliki sebagai pihak yang berperan sebagai content creator sekaligus pengelola sosial media Zayyan Art Design. Di bidang MSDM permasalahan yang dialami yaitu ketiadaan admin yang khusus membantu dalam mengelola sosial media serta tidak adanya asisten yang dapat membantu Bu Retno dalam proses produksi. Permasalahan selanjutnya yaitu terkait modal usaha yang belum dikelola dengan baik, khususnya pencatatan kas milik usaha. Pada program pengabdian ini tim melakukan 2 (dua) kegiatan utama yaitu identifikasi profil perusahaan dan pembuatan video promosi perusahaan. Berikut adalah hasil kegiatan pengabdian masyarakat berdasarkan kegiatannya.

### **Identifikasi Profil Perusahaan**

Pelaksanaan pengabdian yang telah dilakukan adalah mengumpulkan informasi terkait produk-produk yang dihasilkan Zayyan Art Design serta menyusun script video promosi Zayyan Art Design. Data yang telah diperoleh meliputi data produk-produk Zayyan Art Design beserta daftar harganya dalam bentuk katalog.

Barang-barang yang diproduksi oleh Zayyan Art Design terklasifikasi dalam produk masa dan produk premium. Segmen untuk produk premium adalah kelas masyarakat atas (high class) dan kelas menengah (middle class). Harga jual produk mulai dari harga Rp. 25.000 untuk produk masa dan Rp. 200.000 sampai Rp. 2.000.000 untuk produk premium, tergantung pada kerumitan desain dan harga bahan baku.



Aksesoris Kerudung  
(Produk masa)



Bros Kerudung  
(Premium Product)



Kalung  
(Premium Product)



Set Perhiasan Batik  
(Premium Product)

**Gambar 3.** Produk Zayyan Art

## Video Promosi Perusahaan

Video promosi Zayyan Art Design dibuat sebagai upaya untuk peningkatan exposure produk mitra. Semakin produk mitra banyak diketahui oleh khalayak masyarakat, diharapkan dapat semakin meningkatkan potensi penjualannya. Begitupun dengan pangsa pasar produk mitra juga berpotensi meningkat, maka tentu potensi permintaan akan meningkat, kemudian jumlah produk yang dihasilkan juga meningkat, termasuk juga tenaga produksi juga akan meningkat yang pada akhirnya memperbesar bisnis mitra. Pembuatan video promosi perusahaan diawali dengan menyusun script video promosi Zayyan Art Design sebagai berikut:

**Tabel 1.** Script Video Promosi Zayyan Art Design

Durasi	Visual	Audio	Teks
30 detik	Lokasi Zayyan Art Design dari jalan besar ke alamat dan koordinat posisi obyek	Musik latar belakang dan rekaman suara narator	<b>(Problem)</b> Kamu sedang mencari souvenir/oleh-oleh?  Atau kamu ingin memberi kado spesial dan tidak pasaran?
4 menit	Video proses produksi masing- masing jenis produk	Penjelasan masing- masing jenis produk	<b>(Solusi)</b> Jika kamu menjawab iya, disinilah kamu harus mencari
2 menit	Dokumentasi foto- foto pengalaman pameran  Video testimoni dari beberapa konsumen	Penjelasan pameran yang pernah diikuti dan lokasinya  Penjelasan kelebihan dan pengalaman konsumen	<b>(Perkenalan produk)</b> Tenang, ini dia solusinya.  Produk ini sudah mendunia lho...
30 detik	Informasi media sosial dan kontak person Zayyan Art Design	Musik latar belakang dan penjelasan narator	<b>(Call to action)</b> Penasaran?  Yuk segera dapatkan produk ini.  Klik link yang ada di deskripsi untuk mendapatkan lokasinya. Atau Klik link ....  untuk langsung memesan.

Pada perencanaan tahap berikutnya akan tetap dilakukan pendampingan berkelanjutan dilakukan secara berkala oleh tim pengabdian, hal ini dilakukan untuk melihat perkembangan dan terus mendorong agar tetap terlaksananya keberlanjutan kegiatan yang telah dilakukan pada Zayyan Art Design, Kabupaten Jember. Selain itu pendampingan juga terjalin melalui media WhatsApp, SMS maupun via Telepon.

## Kesimpulan

Setelah melakukan program ini, pihak owner Zayyan Art Design telah memiliki wawasan tentang digital marketing. Diantaranya adalah: Keunggulan Kompetitif dan Strategi Pemasaran UMKM, Pengertian pemasaran online, Pemasaran online untuk usaha kecil dan menengah, dan Marketplace dan Pemasaran Produk UKM.

Selain juga telah meningkatnya skill mitra dalam menerapkan dan mempraktekkan pemasaran online sebagai strategi meningkatkan exposure product. Target luaran dalam kegiatan ini meliputi luaran wajib berupa video tentang profil bisnis dan proses pembuatan produk utama. Video Zayyan Art Desain tersebut dapat diakses melalui link [https://drive.google.com/file/d/1e2zFAhfH7kMAP4hEMhbdZofMtydW\\_JWE/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1e2zFAhfH7kMAP4hEMhbdZofMtydW_JWE/view?usp=sharing)

## Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana pengabdian kepada masyarakat ini yaitu LP2M Universitas Jember.

## Referensi

- LP2M UNEJ. (2020). Panduan Hibah Internal Penelitian dan Pengabdian Universitas Jember Edisi Revisi.
- Laporan Akhir Hibah KeRis. (2020). Model Distribusi Industri Kreatif Menuju Pasar Internasional. LP2M.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). Pemasaran Global: Konteks Offline dan Online.
- Bank Indonesia. (2009). Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/3/2009 tentang Bank Umum Syariah.