



## **Pelatihan Pemasaran Digital dan Manajemen Usaha Untuk Akselerasi Kinerja UKM Pengrajin Bambu di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman**

Ratih Kusumawardhani<sup>1</sup>, Ignatius Soni Kurniawan<sup>2</sup>, Nonik Kusuma Ningrum<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia*

### **ABSTRACT**

DIGITAL MARKETING TRAINING AND BUSINESS MANAGEMENT FOR THE ACCELERATION OF THE PERFORMANCE OF BAMBOO CRAFTSMEN SMES IN TIRTOADI VILLAGE, MLATI, SLEMAN. This community service program in the forms of training and consulting was carried out for 3 months in Tirtoadi Village, Mlati District, Sleman Regency. Community service participants consisted of bamboo craftsman SMEs and local youth organization (Karang Taruna). Training and counselling material consist of digital marketing, business management, and Intellectual Property Rights (IPR) certification. The training material is in accordance with the problems or constraints experienced by Tirtoadi Village bamboo craftsmen SME. The participants expect that the community service program can be carried out on a regular basis. Several parties involve in the program such as the Tirtoadi Village Government, local youth organization and bamboo craftsmen SME. The training and consulting program contribute to the increase of knowledge related to digital marketing, business management and IPR certification.

**Keywords:** Curriculum 2013, Curriculum 2013 Revised Edition, Teachers, Training.

Received: 31.10.2019	Revised: 16.12.2019	Accepted: 03.02.2020	Available online: 20.02.2020
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

### **Suggested citation:**

Kusumawardhani, R., Kurniawan, I., & Ningrum, N. (2020). Pelatihan pemasaran digital dan manajemen usaha untuk akselerasi kinerja UKM pengrajin bambu di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 11-17. <https://doi.org/10.30653/002.202051.306>

Open Access | URL: <http://ppm.ejournal.id/index.php/pengabdian/article/view/306>

---

<sup>1</sup> Corresponding Author: Program Studi Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta; Jl. Kusumanegara 121 Muja-muju Umbulharjo, Yogyakarta 55165; Email: [ratihkusuma@ustjogja.a.c.id](mailto:ratihkusuma@ustjogja.a.c.id)

## PENDAHULUAN

Desa Tirtoadi berada dalam lingkup wilayah Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Desa Tirtoadi dikenal sebagai desa wisata burung blekok dan pusat industri kreatif kerajinan bambu. Wilayah Desa Tirtoadi terbagi menjadi 15 padukuhan, dan setiap padukuhan memiliki keunggulan masing-masing. Salah satunya Padukuhan Sendari. Padukuhan Sendari dikenal sebagai pusat industri kreatif kerajinan bambu di Kabupaten Sleman. Proses pembuatan kerajinan bambu di Padukuhan Sendari telah dilakukan sejak tahun 1960 dan sudah menjadi kegiatan turun-temurun hingga saat ini. Hal tersebut karena pohon bambu sebagai bahan baku kerajinan banyak tumbuh di daerah tersebut. Pengembangan industri kreatif sendiri telah dipandang penting dan diatur oleh Negara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Saat ini terdapat kurang lebih 40 pengrajin bambu di Padukuhan Sendari dan terdapat banyak *showroom* kerajinan bambu yang menempati ruas Jalan Purbaya atau Jalan Kabupaten Sleman-Godean. Ukuran *showroom* bervariasi namun mayoritas *showroom* berukuran kecil. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan pengrajin bambu belum merata. Contoh kerajinan yang dihasilkan adalah lincak, tempat tidur, kursi, meja, gazebo, cinderamata, almari bambu, pembatas ruangan, tudung makanan, piring makan bambu, tempat tidur bayi dan sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pemerintah Desa Tirtoadi dan pengrajin bambu Dusun Sendari, terdapat setidaknya tiga permasalahan yang saat ini dihadapi. Pertama, Pemasaran produk kerajinan bambu yang pasang surut dan jangkauan terbatas. Permasalahan pemasaran produk adalah yang paling banyak dihadapi oleh sebagian besar para pengrajin kerajinan bambu. Pemasaran produk merupakan permasalahan yang mendasar, dikarenakan tidak adanya konsistensi pendapatan setiap waktu. Pendapatan yang meningkat hanya saat menjelang hari raya Idul Fitri, selebihnya produk tersebut kurang laku. Selain itu, pemasaran produk masih terbatas.

Saat ini, pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin bambu masih menggunakan pemasaran tradisional dan masih sedikit yang menggunakan *digital marketing*. Para pengrajin hanya menunggu pembeli datang pada *showroom* mereka dan mengikuti berbagai *event* pameran-pameran daerah. Kedua, kendala pengelolaan manajemen usaha terutama dalam bidang keuangan. Sebagian besar para pengrajin belum memisahkan pencatatan pembukuan keluar masuk kas dengan kegiatan rutin harian mereka. Sehingga pengrajin merasa kesulitan saat menghitung total biaya dan pemasukan harian. Selain itu, manajemen usaha yang belum dikelola secara baik dan profesional terutama dalam bidang sumber daya manusia. Ketiga, belum adanya pemahaman yang baik mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Secara keseluruhan, kendala yang dihadapi pengrajin bambu Padukuhan Sendari sejalan dengan hasil temuan Kuncoro (2000), bahwa pokok permasalahan yang menghambat produktivitas UMKM berkaitan dengan kualitas Sumber Daya Manusia khususnya bidang manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, pemasaran dan kompetisi kewirausahaan yang masih rendah. Lebih lanjut Kuncoro, (2000), menjelaskan secara khusus kendala utama yang dihadapi UKMK di Indonesia adalah: Pertama, peluang memperoleh dan memperbesar pangsa pasar masih lemah. Kedua, kelemahan dalam

struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh sumber-sumber permodalan. Ketiga, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. Keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil. Terkait iklim usaha, terdapat peluang dimana pemerintah mengusahakan perlindungan bagi UKM melalui Perda (Nugroho, 2017).

## METODE

Berdasarkan hasil wawancara dengan perangkat Desa dan Pengrajin Bambu, terdapat tiga permasalahan utama yang dihadapi yaitu pemasaran, manajemen usaha, dan sertifikasi HAKI. Untuk mengantisipasi permasalahan yang dihadapi, maka solusi yang diberikan sebagai berikut: 1) pelatihan dan pembuatan media digital, pelatihan ini digunakan sebagai solusi atas permasalahan dibidang pemasaran, yakni penggunaan pemasaran secara digital. Contoh implementasi pemasaran digital adalah: *email*, media sosial, *website*, *sharing online platform* (Bukalapak, Tokopedia, Shopee), 2) pelatihan dan pembuatan jurnal-jurnal keuangan (laporan keuangan sederhana), pelatihan ini sebagai solusi permasalahan manajemen usaha, terutama dibidang keuangan. Solusi tersebut antara lain: penggunaan buku catatan keuangan, contoh implementasi: pembuatan jurnal laporan keuangan sederhana, arus kas, laporan rugi laba. Selain itu, melalui perbaikan sistem pengelolaan usaha. Implementasi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, 3) pelatihan dan pendampingan sertifikasi HAKI, pelatihan tersebut merupakan solusi yang ditawarkan bagi permasalahan belum dimilikinya pemahaman yang baik mengenai sertifikasi Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Solusi berkaitan dengan edukasi tentang kepemilikan HAKI. Contoh implementasinya adalah memberikan kesadaran keuntungan memiliki HAKI serta kerugiannya.

Metode pelaksanaan kegiatan melibatkan beberapa pihak, yaitu Pemerintah Desa Tirtoadi, Karang Taruna dan UKM Industri kerajinan bambu. Hal ini diharapkan dapat mengantisipasi tumpang tindih pembinaan, seperti hasil temuan Kuncoro (2000), bahwa pembinaan UKM yang dilakukan oleh berbagai instansi (pemerintah & non pemerintah) sering tumpang tindih karena adanya perbedaan persepsi pada masing-masing instansi yang berakibat ketidakefektifan arah pembinaan dan tidak adanya indikator keberhasilan yang seragam. Pelatihan mengacu Sjaifudian, Haryadi, & Maspiyati (1995) bahwa perlu disesuaikan dengan rencana strategis untuk pengembangan usaha kecil yang mengidentifikasi isu lingkungan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kegiatan menggunakan pendekatan pelatihan secara formal. Pelatihan formal didefinisikan sebagai inisiatif yang dapat diidentifikasi oleh peserta dan pelaksana pelatihan dalam bentuk intervensi metode pelaksanaan terstruktur, yang

bertujuan untuk memberikan pengenalan atau pembekalan pengetahuan tentang proses atau aktifitas dalam lingkungan kerja (Patton and Marlow, 2002).

Sasaran peserta program kegiatan adalah UKM pengrajin bambu Padukuhan Sendari, Desa Tirtoadi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pelaksanaan program tersebut juga melibatkan Karang Taruna Tirta Melati Desa Tirtoadi. Diharapkan, Karang Taruna dapat menjadi roda penggerak ekonomi bagi lingkungan sekitar. Karang taruna sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri Sosial RI No. 83/HUK/2005 adalah organisasi sosial wadah pembinaan dan pengembangan generasi muda yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh, dan untuk masyarakat terutama generasi muda di wilayah desa/kelurahan atau komunitas sederajat dan terutama bergerak di bidang usaha kesejahteraan sosial. Sehingga, dalam melibatkan Karang Taruna dapat digunakan sebagai strategi keberlanjutan program, agar program yang sudah terlaksana dapat terus ditingkatkan dan dikembangkan. Selain itu, juga dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan menumbuhkan semangat kebersamaan.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan, pendampingan dan edukasi selama 3 bulan. Sebelum dilaksanakannya kegiatan tersebut, dilakukan *pre test* guna mengetahui sejauhmana tingkat pemahaman peserta terhadap pengetahuan pemasaran, manajemen usaha dan sertifikasi HAKI. Indikator penilaian ditampilkan pada Tabel 1. *Pre test* dilaksanakan bagi UKM pengrajin bambu maupun Karang Taruna.

**Tabel 1. Indikator Penilaian**

No	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Persentase
1	Mengetahui pemahaman peserta tentang pemasaran digital	7	35
2	Mengetahui pemahaman peserta tentang pengelolaan manajemen usaha	8	40
3	Mengetahui pemahaman peserta tentang ruang lingkup sertifikasi HAKI	5	25

Tabel 2 hasil kuesioner *pre test* tentang pengetahuan pemasaran peserta UKM pengrajin bambu ditunjukkan di Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Kuesioner Pre Test**

No	Indikator	Jawaban Benar (%)
1	Pengetahuan Pemasaran	40
2	Pengetahuan Manajemen Usaha	50
3	Pengetahuan Sertifikasi HAKI	40

Selanjutnya, hasil kuesioner *pre test* yang dilakukan pada Karang Taruna untuk mengetahui pemasaran ditunjukkan di Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Kuesioner Pre Test**

No	Indikator	Jawaban Benar (%)
1	Pengetahuan Pemasaran	60
2	Pengetahuan Manajemen Usaha	40
3	Pengetahuan Sertifikasi HAKI	40

Tabel 2 dan 3 menampilkan hasil *pre test* terhadap peserta UKM pengrajin bambu dan karang taruna. Terlihat bahwa secara keseluruhan, sebelum dilaksanakan kegiatan pelatihan, pendampingan dan edukasi secara rata-rata pemahaman peserta relatif rendah.

Selanjutnya, solusi yang ditawarkan guna mengatasi permasalahan tersebut dilaksanakan melalui beberapa tahap. Tahap awal, dilaksanakan terlebih dahulu materi tentang pengetahuan pemasaran, materi pengelolaan usaha dan terakhir tentang pengetahuan sertifikasi HAKI. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap dan terpisah.

Materi pelatihan pemasaran antara lain: pemahaman pemasaran, manfaat pemasaran, pemasaran yang efektif, pemanfaatan media internet sebagai pemasaran digital, contoh-contoh pemasaran digital. Sementara materi manajemen usaha, antara lain: pemahaman pengelolaan usaha, pemisahan keuangan, pencatatan keuangan, praktik pencatatan sederhana. Selanjutnya, materi sertifikasi HAKI antara lain: pentingnya HAKI, cara memperoleh HAKI, keuntungan dimilikinya HAKI, kerugian tidak memiliki HAKI. Metode pelatihan telah mengikuti temuan Cassell, Nadin, Gray, & Clegg (2002) bahwa pelatihan di UKM lebih efektif ketika difokuskan pada kesesuaiannya dengan kebutuhan atau *tailor made*.

Untuk mengetahui dampak pelatihan, pendampingan dan edukasi dilaksanakan kegiatan *post test* bagi para peserta. Hasil *post test* ditunjukkan pada Tabel 4-5.

**Tabel 4. Hasil *Post Test* UKM Pengrajin Bambu secara Keseluruhan**

No	Indikator	Jawaban Benar (%)
1	Pengetahuan Pemasaran	65
2	Pengetahuan Manajemen Usaha	70
3	Pengetahuan Sertifikasi HAKI	60

**Tabel 5. Hasil *Post Test* Karang Taruna secara Keseluruhan**

No	Indikator	Jawaban Benar (%)
1	Pengetahuan Pemasaran	70
2	Pengetahuan Manajemen Usaha	60
3	Pengetahuan Sertifikasi HAKI	65

Tabel 4 dan 5 menunjukkan hasil *post test* peserta pelatihan. Pelatihan dilaksanakan secara formal. Berdasarkan Tabel 4 dijelaskan bahwa, peserta UKM pengrajin bambu dan karang taruna setelah mengikuti pelatihan, pendampingan dan edukasi terlihat adanya peningkatan pengetahuan dibanding sebelum dilaksanakan kegiatan tersebut. Hasil tersebut sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Jayawarna, MacPherson, & Wilson (2006) bahwa pelatihan secara formal memiliki hasil lebih baik daripada informal dalam meningkatkan kinerja UKM. Hal ini dikarenakan manfaat pelatihan secara formal lebih besar daripada pelatihan secara informal.

Selain itu, pelatihan yang dilakukan secara berkala atau berkesinambungan oleh berbagai instansi dapat berpengaruh terhadap kinerja atau pertumbuhan UKM. Hasil studi yang dilakukan oleh Jones, (2005), menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan

secara berkala dapat meningkatkan perkembangan usaha UKM di Australia yang semakin cepat. Lebih lanjut Jones, (2005), menjelaskan secara umum bahwa UKM di Australia melakukan peningkatan pelatihan apabila: terjadi perubahan besar dalam teknologi produksi; inovasi; melakukan investasi untuk pelatihan dan pendidikan yang terkait dengan inovasi; memperkenalkan program peningkatan bisnis; memperkenalkan *Total Quality Management* yang dilakukan secara bertahap (*incremental*); penjaminan kualitas (*Quality Assurance*); ketepatan waktu (*Just in Time*); adanya perubahan pada struktur bisnis; dan tentang pencapaian target bisnis. Ditegaskan pula oleh Patton & Marlow (2002) bahwa agar pelatihan menjadi investasi yang baik, maka pelatihan di UKM harus dipicu oleh masalah yang mengancam kinerja bisnis.

### SIMPULAN

Kesimpulan kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu para peserta masih membutuhkan banyak arahan dan wawasan tentang materi dan bimbingan sertifikasi HAKI, pemasaran digital dan pengelolaan modal usaha baik dari pemerintah setempat maupun pihak lain yang mempunyai kepentingan untuk mengembangkan UKM tersebut.

Saran bagi Kegiatan UKM yaitu sebaiknya semua pelaksana UKM diberikan bimbingan dan pendampingan tentang sertifikasi HAKI, pemasaran digital dan pengelolaan modal usaha baik dari pemerintah setempat maupun pihak lain yang mempunyai kepentingan untuk mengembangkan UKM tersebut. Dikarenakan, pelatihan yang dilakukan secara berkala atau berkesinambungan oleh berbagai instansi dapat berpengaruh terhadap kinerja atau pertumbuhan UKM.

### REFERENSI

- Cassell, C., Nadin, S., Gray, M., & Clegg, C. (2002). Exploring human resource management practices in small and medium sized enterprises. *Personnel Review*, 31(6), 671-692. <https://doi.org/10.1108/02656710210415703>
- Jayawarna, D., MacPherson, A., & Wilson, A. Managers' perceptions of management development needs in manufacturing SMEs. , 48 *Education and Training* § (2006).
- Jones, J. T. (2005). The determinants of training in Australian manufacturing SMEs. *Education and Training*, 47(8/9), 605-615. <https://doi.org/10.1108/00400910510633143>
- Kuncoro, M. (2000). Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan. *Sumber*, 7, 6-8.
- Nugroho, A. (2017). DPRD DIY Usulkan Ekonomi Kreatif, Koperasi dan UKM Dilindungi Perda. Retrieved from [Tribunjogja.com website: https://jogja.tribunnews.com/2017/09/25/dprd-diy-usulkan-ekonomi-kreatif-koperasi-dan-ukm-dilindungi-perda](https://jogja.tribunnews.com/2017/09/25/dprd-diy-usulkan-ekonomi-kreatif-koperasi-dan-ukm-dilindungi-perda).

- Patton, D., & Marlow, S. (2002). The determinants of management training within smaller firms in the UK. What role does strategy play? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(3), 260-270. <https://doi.org/10.1108/14626000210438580>
- Sjaifudian, H., Haryadi, D., & Maspiyati. (1995). Strategi dan agenda pengembangan usaha kecil. In *Akatiga*. Bandung: Akatiga.

#### Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.  
© 2020 Ratih Kusumawardhani, Ignatius Soni Kurniawan, Nonik Kusuma Ningrum.

Published by LP3M of Universitas Mathla'ul Anwar Banten in collaboration with the Asosiasi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (AJPKM)