

# PEMANFATAN MEDIA SOSIAL UNTUK DIGITAL MARKETING KERAJINAN VINIL DI DUSUN CODE, TRIRENGGO KABUPATEN BANTUL, DIY

*by* Saptaningsih Sumarmi

---

**Submission date:** 08-Jan-2021 07:54PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1484535099

**File name:** Artikel\_Jurnal\_Abdimas\_UNIPMA.doc (784K)

**Word count:** 2021

**Character count:** 13658

# PEMANFATAN MEDIA SOSIAL UNTUK DIGITAL MARKETING KERAJINAN VINIL DI DUSUN CODE, TRIRENGGO KABUPATEN BANTUL, DIY

Saptaningsih Sumarmi<sup>1</sup>, Suryo Wisnu Wicaksono<sup>2</sup>, Dindo Wahyu Prakoso<sup>3</sup>, Dwi Alrasta  
Lutfionesti<sup>4</sup>, Koko Endra Saputra<sup>5</sup>, Candra Dwi Putra

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta, Jl. PGRI 1, Sonosewu, Bantul,  
<sup>1</sup>sapta@upy.ac.id

## Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk melakukan analisis situasi terhadap produsen kerajinan Vinyl Jogja, memberikan solusi terhadap permasalahan yang diidentifikasi. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan secara daring dan luring, dengan mengkombinasikan teori dan praktik, serta dilanjutkan dengan pendampingan implementasi program sampai berhasil. Program pemberian pelatihan dan pendampingan terkait digital marketing, pembuatan logo menjadi solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang sudah diidentifikasi. Peserta kegiatan ini adalah produsen Kerajinan Vinyl Jogja yang berlokasi di dusun Code, Trirenggo, kabupaten Bantul. Hasil yang didapatkan dari kegiatan ini adalah peningkatan jangkauan pemasaran kerajinan Vinyl Jogja melalui pemanfaatan teknologi berbasis online dengan pembuatan lapak di marketplace online, menghasilkan logo perusahaan.

**Kata Kunci:** digital marketing, marketplace, online, logo

## Abstract

This activity was carried out with the aim of conducting a situation analysis of the Yogyakarta Vinyl craft producers, providing solutions to the problems identified. The method of implementing community service activities is carried out online and offline, by combining theory and practice, and followed by assistance in implementing the program until it is successful. Training and assistance programs related to digital marketing, creating a logo is a solution offered to solve the problems that have been identified. Participants in this activity are Jogja Vinyl Craft producers located in Code Hamlet, Trirenggo, Bantul Regency. The result obtained from this activity is an increase in the marketing reach of Vinyl Jogja crafts through the use of online-based technology by creating shops in the online market, resulting in a company logo.

**Keywords:** digital marketing, marketplace, online, logo

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah berdampak besar dalam sector perekonomian. Pemberlakuan Pembatasan Sosial berskala Besar (PSBB), *Work From Home (WFH)*, *Physical distancing* pada sebagian kota di Indonesia, menghentikan dengan paksa aktivitas ekonomi secara tiba-tiba. Kebijakan pemerintah terkait covid-19, yang termuat dalam petikan putusan Presiden (PP Nomor 21, 2020<sup>1</sup>) tentang PSBB dimaksudkan untuk membatasi pergerakan orang dan barang, serta mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak, untuk berdiam diri dirumah. Implikasi kebijakan tersebut,

secara tidak langsung membatasi kegiatan operasional perusahaan, sehingga konsumen yang berbelanja secara langsung berkurang. Kondisi ini memberikan tekanan pada sisi produsen untuk bertahan, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki keterbatasan akses, dan lemah dalam pemanfaatan media online untuk pengenalan serta pemasaran produknya. Keberadaan UMKM di Indonesia sebagai tulang punggung majunya perekonomian nasional, juga terdampak pada aspek total produksi, nilai perdagangan, serta berdampak pada tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan (Pakpahan, 2020).

Di sisi lain, para pelaku usaha yang sudah maju dengan memanfaatkan media online lebih dapat menyesuaikan diri dengan membuka toko online/berjualan melalui *e-commerce*. Transaksi jual beli melalui media online dari web, Instagram, facebook, *e-commerce*, saat ini sudah menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat. Pemasaran melalui media social, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau konsumen yang ditargetkan dengan mudah, efektif dan instan. Menurut (Vinerean et al., 2013), media sosial merupakan prospek yang memungkinkan pelanggan untuk berkomunikasi langsung dengan perwakilan merek, dan menjangkau calon konsumen. Dari paparan diatas, media online bisa dijadikan pasar baru maupun strategi baru dalam menghadapi masa pandemi seperti saat ini, dimana pelaku usaha dapat mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa mereka.

Salah satu UMKM di kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang terkena dampak pandemi Covid-19 adalah produsen Kerajinan Vinil Jogja, yang berlokasi di Dusun Code, Trirenggo, Bantul, Yogyakarta. Salah satu produk andalannya adalah souvenir pernikahan. Adanya kebijakan *physical distancing*, *social distancing* dan PSBB mengakibatkan banyak acara resepsi pernikahan yang sudah direncanakan dipaksa batal atau di undur. Hal ini mengakibatkan banyak pesanan souvenir di batalkan secara sepihak oleh konsumen. Di sisi lain, kurangnya pengetahuan dan strategi pemasaran dalam kondisi pandemi Covid-19, ikut memperparah penurunan omset. Para produsen di dusun ini, terbiasa memproduksi produk sesuai pesanan dan mengandalkan pemasaran secara langsung, dan belum memanfaatkan teknologi yang tersedia secara gratis berbasis online. Kepemilikan logo

sebagai identitas visual atau symbol sebuah merk (brand) juga belum dimiliki, sehingga produk yang dihasilkan terkesan “pasaran”, dan produk mudah ditiru bahkan ditempel merk oleh pelanggan. Merek dikatakan sebagai *intangible asset* dari sebuah perusahaan (Oscario, 2013), dan penting untuk mendesain identitas visual melalui logo.

Berdasarkan survey dan wawancara, permasalahan pokok yang dihadapi oleh produsen Kerajinan Vinil Jogja adalah keterlambatan dalam pemanfaatan teknologi berbasis media online untuk lebih mengenalkan produk dan memperluas jangkauan target pasar. Identitas visual dari produk sebagai perwakilan merek berbentuk logo belum dimiliki, sehingga produk mudah untuk ditiru pelaku usaha yang lain, bahkan diberi identitas merk pelaku usaha lain.

Solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh produsen Kerajinan Vinil Jogja adalah dengan membangun pondasi awal pemasaran digital. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, adalah untuk membangun pondasi awal pemasaran digital melalui pembuatan lapak pada *marketplace online* berbasis media sosial, pembuatan desain logo yang mewakili identitas merk, pelatihan pengoperasian, serta pendampingan. Kegiatan pengabdian ini akan terlaksana dengan baik, jika ada kerjasama yang baik antara pengabdian, narasumber, serta mitra yaitu produsen Kerajinan Vinil Jogja.

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada Produsen Kerajinan Vinil Jogja yang berlokasi di Dusun Code, Trirenggo, Bantul, DIY memiliki manfaat untuk peningkatan *value added* dari produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Pengenalan *digital marketing* melalui pemanfaatan media sosial, diharapkan dapat memperluas

target pasar atau konsumen yang akan diraih. Digital marketing merupakan kegiatan promosi dari suatu produk, pencarian pasar melalui perangkat atau media digital dengan memanfaatkan berbagai sarana online seperti media jejaring social (Purwana et al., 2017). Adanya logo sebagai identitas merek yang mewakili identitas visual dari produk, diharapkan akan mengurangi penjiplakan dari produk ini. Harapan selanjutnya adalah, para produsen kerajinan vinil tidak hanya memproduksi barang berdasarkan pesanan, tetapi dapat rutin memproduksi sehingga terdapat peningkatan pendapatan dari perajin.

Kegiatan pengabdian pada Produsen Kerajinan Vinil Jogja di Dusun Code, Tirenggo, Bantul, DIY dilaksanakan secara dalam jaringan (daring) dan luar jaringan (luring), melalui penyampaian teori, dan pendampingan praktek. Pengabdian secara daring dan luring kita kombinasikan, dikarenakan kegiatan dilaksanakan pada bulan September – Nopember 2020 dimana Kabupaten Bantul merupakan salah satu wilayah dengan angka pasien Covid 19 tinggi.

Mekanisme pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui tahapan-tahapan yang disajikan pada gambar 1.

## METODE



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Seperti digambarkan diatas, kegiatan utama pelaksanaan kegiatan pengabdian dibagi dalam 3 tahapan yaitu: 1) tahapan perencanaan yang memuat pengurusan perijinan, penyiapan materi pengabdian yang dibutuhkan berdasarkan hasil analisis situasi, penyiapan perangkat (peralatan dan bahan),

sosialisasi kepada perangkat desa atas adanya kegiatan pengabdian; 2) tahapan pelaksanaan kegiatan. Seperti disampaikan diatas, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada situasi Pandemi sehingga kegiatan dikombinasikan secara luring dan daring. Kegiatan daring lebih disampaikan dalam bentuk pemberian

materi secara teoritis, dan kegiatan daring dilakukan melalui pendampingan praktik pembuatan marketplace online, pembuatan logo usaha, pembuatan dan pemilahan content yang akan diunggah pada marketplace online; 3) Evaluasi dan Pelaporan. Pada tahapan ini, setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian dilakukan evaluasi bersama antara mitra dan tim pengabdian. Berdasarkan hasil evaluasi, pendampingan keberlanjutan kegiatan pengabdian masih dilakukan dengan menjalin kerjasama kemitraan. Pelaporan kegiatan sebagai bentuk kewajiban administrative secara akademik disusun, dan ditindaklanjuti dengan desiminasi melalui publikasi pada jurnal ilmiah.

Sasaran kegiatan pengabdian atau yang menjadi mitra adalah Produsen Kerajinan Vinil Jogja yang ada di Dusun Code, Trirenggo, Bantul, DIY. Tim memilih lokasi tersebut, dikarenakan produk yang dihasilkan murni merupakan *hand made* yang memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri. Bantul sebagai salah satu kabupaten di DIY, saat ini masih mengedepankan bagaimana mengembangkan potensi kreativitas dari warga masyarakat. Sejalan dengan progam pemerintah, menjadi kewajiban tim untuk mengembangkan potensi masyarakat khususnya di kabupaten Bantul.

Tolok ukur keberhasilan program kegiatan pengabdian yang dilaksanakan tim pengabdian dapat dilihat dari keberhasilan membangun pondasi dasar digital marketing yang ditunjukkan melalui *marketplace online* mitra, terciptanya logo produk mitra sebagai identitas visual, peningkatan jumlah konsumen, pengunjung *marketplace*. Selain itu, peningkatan kemampuan mitra untuk mengoperasikan sendiri *digital marketing* yang sudah dibangun tim pengabdian.

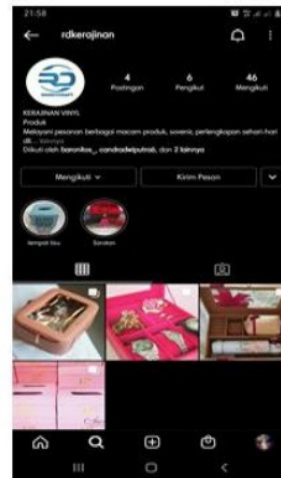
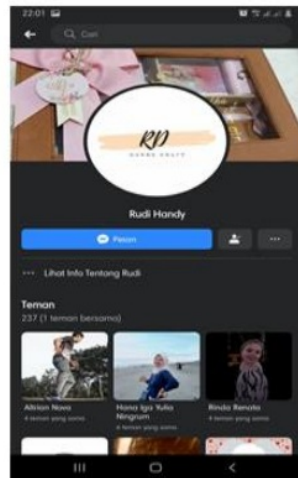
#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian pada Produsen Kerajinan Vinil Jogja, di Dusun Code, Trirenggo, Bantul, DIY telah dilaksanakan dari bulan September 2020 – Desember 2020. Koordinasi dan kerjasama yang baik antara mitra dengan tim dapat terjalin, sehingga memperlancar pelaksanaan kegiatan pengabdian. Mitra mengikuti semua agenda kegiatan yang sudah dijadwalkan oleh tim, dan berdasarkan hasil evaluasi mitra merasakan manfaat yang besar dengan adanya kegiatan ini. Tahapan kegiatan perencanaan dari sisi perijinan, wawancara untuk analisis situasi yang dihadapi mitra dan penyiapan materi dapat dilaksanakan secara lancar, yang ditunjukkan melalui gambar 2.



Gambar 2. Proses Perijinan dan Wawancara Situasi

Pada tahapan implementasi pelaksanaan kegiatan, juga dilaksanakan secara lancar, kolaboratif antara mitra dengan tim. Mitra dapat menyerap materi pelatihan, mengimplementasikan materi melalui praktik, dan pendampingan. Hasil pelaksanaan kegiatan ditunjukkan melalui gambar-gambar dibawah.



Gambar 3. Gambar marketplace kerajinan vinil Jogja di facebook dan Instagram

Gambar 3 menunjukkan keberhasilan mitra dalam membuat lapak di marketplace online melalui media facebook dan Instagram, dan sudah memiliki follower. Melalui lapak di marketplace tersebut, Produsen Kerajinan Vinil Jogja dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Kebiasaan

masyarakat pada era new normal melalui peningkatan penggunaan gawai terkoneksi internet, menjadi daya dukung

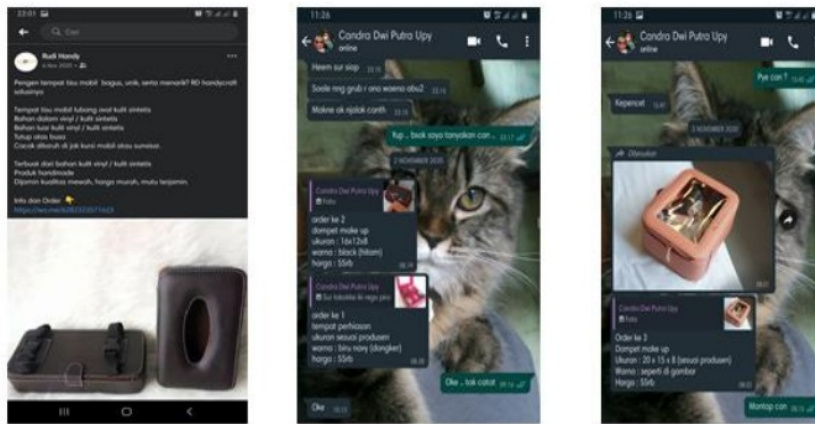
potensi yang digarap oleh mitra melalui *digital marketing*.



Gambar 4. Gambar Logo yang dihasilkan

Gambar 4 menunjukkan hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan logo sebagai identitas secara visual dari merk. Mitra dan tim berkolaborasi dalam pelatihan dan pendampingan, dan berhasil menghasilkan logo merk usaha mereka. Selain dari identitas berupa logo, lapak di *marketplace online*, kegiatan pengabdian ini juga berhasil menambah peminat dari produk yang dihasilkan oleh mitra. Logo

merupakan elemen grafis yang dapat berbentuk symbol, ideogram, ikon, emblem, maupun tanda sebagai lambang dari sebuah brand. Logo merupakan atribut utama sebuah brand yang dapat dilihat secara fisik. Selain itu, logo juga dapat menampilkan atribut non fisik seperti visi, misi, dan nilai, serta budaya dari sebuah brand. Ide awal tentang logo sebagai sebuah identitas mengadopsi pemikiran (Oscario, 2013).



Gambar 5. Komunikasi Via Chat Pesanan Produk

Tolok ukur keberhasilan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pasar dari produsen kerajinan Vinyl Jogja, Pada gambar 5, ditunjukkan respon dari konsumen dengan melakukan pesanan produk via chatting sebagai hasil dari digitalisasi kegiatan promosi. Hal tersebut menjadi salah satu bukti bahwa, penerapan digital marketing menggunakan media social menjadi salah satu strategi pemasaran yang menjangkau pasar lebih luas. Seperti disampaikan (Purwana et al., 2017), melalui *digital marketing* dengan memanfaatkan jejaring social mampu menghubungkan orang dengan perangkat, dan juga dengan orang lain di seluruh dunia. Digital marketing dapat menjangkau semua masyarakat tanpa ada batasan waktu maupun geografis.

#### SIMPULAN

Semua program yang direncanakan oleh tim pengabdian di Produsen Kerajinan Vinyl Jogja dapat terlaksana dengan lancar. Beberapa simpulan yang dapat dirangkum antara lain: 1) Permasalahan

yang banyak dihadapi oleh pelaku usaha di sector UMKM adalah keterbatasan penguasaan teknologi berbasis online. Pelatihan penguasaan teknologi berbasis online dan praktik sudah dilaksanakan dengan hasil yang memuaskan; 2) Pelaku usaha kerajinan vinyl Jogja antusias dalam belajar digital marketing sebagai strategi strategi untuk memperluas pasar; 3) Produsen Kerajinan Vinyl Jogja sudah berhasil membuat dan memiliki logo sebagai identitas secara visual dari produk. Tambahan luaran yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah adanya peluang kerjasama jangka panjang, yang bermanfaat secara akademik untuk kegiatan pembelajaran dan praktik bagi mahasiswa.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta atas fasilitasi kegiatan Pengabdian pada masyarakat yang terintegrasi dengan kegiatan Studi Dunia Industri bersama dengan mahasiswa. Terimakasih juga kepada para mahasiswa yang sudah



membantu melaksanakan kegiatan pengabdian, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan hasil yang memuaskan. Terakhir, terima kasih kepada seluruh produsen Kerajinan Vinyl Jogja yang berada di Dusun Code, Tlirenggo, Bantul, DIY, perangkat desa atas respon yang luar biasa.

5

#### DAFTAR PUSTAKA

Pakpahan, Arnolt Kristian (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64.

<https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.38>

3

Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>

Presiden Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019/COVID-19*. 2019(022868), 8.

1

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.

<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>

2

Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L., & Tichindelean, M. (2013). The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer Behavior. *International Journal of Business and Management*, 8(14), 66–79. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n14p>

# PEMANFATAN MEDIA SOSIAL UNTUK DIGITAL MARKETING KERAJINAN VINIL DI DUSUN CODE, TIRENGGO KABUPATEN BANTUL, DIY

## ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	2%
2	Submitted to uva Student Paper	2%
3	<a href="http://jurnaldiakom.kominfo.go.id">jurnaldiakom.kominfo.go.id</a> Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1%
5	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	1%
6	<a href="http://journal.unhas.ac.id">journal.unhas.ac.id</a> Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

