

**Program Pengabdian Kepada Masyarakat:
Strategi Digital Marketing Produk Sepatu Melalui Bisnis
Online Untuk Meningkatkan Pengetahuan Dan Omzet
Sepatu Di Kelurahan Utan Panjang Kecamatan
Kemayoran Jakarta Pusat**

Ari Soeti Yani¹, Fauziah², Netty Laura³, Riana⁴, Henny Lim⁵
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
E-mail: arisoetiyani@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan omzet pengrajin sepatu di Kelurahan Utan Panjang Kecamatan Kemayoran khususnya bagi UMKM Sepatu, dengan operasedur dari cara mengakses,memanfaatkan Bisnis online melalui Teknologi Komunikasi untuk memberikan pemahaman, pengetahuan dan berbisnis secara online. Selain itu UMKM Sepatu yang ada di Kelurahan Utan Panjang pengerjaannya masih secara tradisional dan masih banyak mengerjakan merk lain. Media online yang biasa banyak digunakan seperti instagram, facebook, twitter. Sehingga UMKM dapat menambahkan nilai dari keilmuan dan praktek. Metode yang digunakan yaitu pelatihan berupa uji coba berperan sebagai pelaku UMKM sepatu dapat lebih memahami teknologi tersebut secara positif dan tepat guna. Pelaksanaan kegiatan pelatihan perkembangan bisnis online di lakukan melalui media sosial dengan tujuan meningkatkan pengetahuan pengrajin sepatu dengan cara bisa mengikuti workshop yang diadakan baik pemerintah maupun swasta, abdimas yang dilakukan oleh dosen dengan baik dan lancar. Hal tersebut dibuktikan oleh para pengrajin sepatu untuk mengikuti acara pelatihan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan peserta pelatihan. Selain memberikan arahan, bagaimana memanfaatkan bisnis virtual serta bagaimana menggunakan akun media sosial dalam berbelanja online secara bijak serta memanfaatkan bisnis online tersebut untuk menambah pendapatan para UMKM sepatu pada Kelurahan Utan Panjang.

Kata Kunci : Strategi *Digital Marketing*, *Bisnis online*

ABSTRACT

Community Service Activities carried out aim to increase knowledge and turnover of shoe craftsmen in Utan Panjang Village, Kemayoran District, especially for Shoe SMEs, with procedures for accessing, utilizing online business through Communication Technology to provide understanding, knowledge and doing business online. In addition, the MSME Shoes in Utan Panjang Village are still done traditionally and are still working on many other brands. Online media that are commonly used are Instagram, Facebook, Twitter. So that SMEs can add value from science and practice. The method used is training in the form of piloting the role of shoe MSME actors to better understand the technology in a positive and effective manner. The implementation of online business development training activities is carried out through social media with the aim of increasing the knowledge of shoe craftsmen by being able to attend workshops held by both government and private, abdimas conducted by lecturers well and smoothly. This is evidenced by the shoe craftsmen to take part in the training event with the many questions asked by the training participants. In addition to providing directions, how to use virtual businesses and how to use social media accounts in online shopping wisely and take advantage of these online businesses to increase the income of shoe SMEs in Utan Panjang Village.

Keywords: *Digital Marketing Strategy, Online Business*

PENDAHULUAN

Dalam melanjutkan kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Utan Panjang Kecamatan Kemayoran Jakarta Pusat yang pernah dilaksanakan oleh Tim Dosen Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, dengan mengambil tema tentang Pengembangan UMKM Melalui Ekonomi Kreatif Dan Inovatif, dalam hal ini sasarannya adalah UMKM pada umumnya. Namun kami melanjutkan kegiatan ini dengan mengkhhususkan pada UMKM pengrajin sepatu di Kelurahan Utan Panjang Kecamatan Kemayoran Jakarta Pusat. Bisnis berbasis UMKM di Indonesia dapat terus berkembang dan memberikan peluang usaha bagi mereka yang menyukai wirausaha. Industri sepatu di Kecamatan Kemayoran merupakan salah satu industri rumahan. Semenjak industri sepatu mulai bertambah pada wilayah Kemayoran, banyak kalangan pengusaha dari Minang yang berdatangan. Untuk pekerja lebih banyak dari Bogor dengan rata-rata sudah mempunyai ketrampilan dalam membuat sepatu. UMKM yang berada di Kemayoran bergerak di bidang pembuatan sepatu ternyata memiliki jumlah sangat besar, tetapi yang baru terdata masih sekitar 30 industri kecil.

Selain itu industri kecil rata – rata tidak mempunyai pusat khusus sebagai kawasan pengrajin sepatu. Bahan baku kalep merupakan bahan utama dalam pembuatan sepatu. Bahan baku kalep berasal dari kulit sapi atau kulit domba yang sudah diproses, dengan hasil berupa bahan baku kulit yang cukup lunak agar mudah untuk dalam pembuatan macam-macam model sepatu. Adapun bahan yang digunakan berupa jenis kulit beludru, kulit Buk, kulit sintetis, kulit Lak, canvas denim dan karet. Tipe sepatu yang diproduksi dari toko, agen maupun agen grosir yang masing-masing memiliki merk sendiri yaitu seperti sepatu formal/informal, sepatu kelom, sepatu wedges , sepatu teplek, sepatu sampan dan sepatu *boot*. Walaupun sektor pengerajin sepatu menjadi pusat perhatian dengan tingkat perekonomian dan pengetahuan yang kurang maju dalam berbisnis. UMKM memiliki hambatan dalam mempertahankan/mengembangkan usahanya karena kurangnya pengetahuan pengelolaan usaha serta lemahnya dalam pemasaran. Perkembangan bisnis online hari ke hari semakin meningkat, hal itu seiring dengan meningkatnya kualitas teknologi serta pengguna internet semakin banyak di dunia terutama di Indonesia. Teknologi Komunikasi menjadi bentuk upaya para pelaku usaha untuk mempromosikan produk mereka saat ini, dengan menggunakan bisnis virtual dapat menjangkau konsumen secara luas.

Sementara itu masyarakat yang letaknya jauh dapat juga mengakses belanja virtual dengan memanfaatkan fasilitas *internet* yang ada. Hal ini dapat memudahkan untuk mendapatkan kriteria produk, harga, *stock* produk, layanan konsumen, dan respon dari pembeli lainnya, serta menentukan penjual yang luas merupakan alasan konsumen untuk memilih berbelanja online. Kehidupan pengrajin sepatu lebih dekat dapat dilihat dari taraf hidup sederhana pada setiap rumah, yang dimana tempat tinggal tidak dipisah dengan bengkel pembuatan sepatu mereka. Pada umumnya mereka masih menyewa untuk tempat tinggal, selain itu peralatan mesin masih sederhana seperti mesin jahit, kaka tua, asahan, cetakan kaki/ list dan mesin press sederhana.

Bahan baku merupakan hal penting dalam pembuatan bahan dasar sepatu, persediaan bahan dasar harus dipilih secara tepat agar proses produksi dapat berjalan maksimal. Demi memudahkan pengerajin sepatu memerlukan persediaan optimum, hal ini sangat penting dilakukan karena persediaan dasar kalep dipesan sesuai kebutuhan pengrajin sepatu agar tidak terjadi *over* maupun *under* persediaan sehingga tidak mengakibatkan biaya simpannya tinggi (Yani,2016).

Konsumen yang berbelanja melalui bisni online dengan memanfaatkan jejaring sosial berupa *instagram*, *bbm*, *facebook*, *whats app*, dan sebagainya, dapat mempermudah untuk melakukan perbelanjaan, dengan cara hanya membuka akun media sosial mereka di *gadget* atau *handphone* untuk melihat toko *online*, mereka berbelanja untuk diri sendiri maupun untuk dijual kembali. (Fauziah,2018)

Teknologi komunikasi merupakan solusi efektif dalam membuka peluang usaha secara *online*, karena produk tersebut bisa dilihat oleh siapapun, bahkan semua orang juga bisa demikian, sehingga jangkauan promosi penjualan melalui *online* bisa semakin sukses. Sebagian besar konsumen berbelanja melalui virtual dengan melihat barang yang dijual dan yang dibeli, karena mudah dijangkau dan diakses dengan membuka internet.

Belanja virtual selain menyediakan produk *fashion* untuk remaja ataupun dewasa serta *reseller*. Belanja virtual tidak terlepas dari konsumen yang setia berbelanja *online*. Belanja virtual memiliki pelayanan dan kenyamanan. Hal tersebut untuk mempertahankan konsumen yang setia dan konsisten.

Dalam memasarkan produk sepatu dengan melalui bisnis *online* sangat penting, karena semua konsumen bisa melihat langsung jenis-jenis produk sepatu yang terbaru dan harganya Mereka bisa langsung pesan *Short Message Service (SMS)* dan barang yang telah dipesan bisa langsung dikirim. Cakupan belanja virtual dapat menjangkau seluruh tempat, baik kita dapat memesan barang lokal maupun luar negeri dengan harga yang dijual lebih murah dibandingkan dengan harga pada penyedia barang tersebut diluar *online*. Hal tersebut disebabkan karena berbelanja online tidak membutuhkan tempat untuk disewa. Kemudahan dalam berbelanja virtual yakni, dapat memilih produk, kemudia bayar ditempat setelah barang itu tiba, selain hemat juga tidak mengharuskan konsumen bolak - balik memilih produk yang diinginkan, sambil bersantai kita dapat berbelanja kapan saja tanpa harus mendatangi tempat tersebut.

Cara pembayaran belanja virtual memberikan kemudahan dalam membayar yaitu melalui *transfer* rekening dan bayar secara langsung ditempat. Konsumen tidak harus khawatir dengan produk yang dibeli, pesanan diantar sesuai alamat yang dituju, jika barang tersebut mengalami kerusakan dapat diganti. Belanja virtual memiliki fitur yang dapat memudahkan penjual untuk melihat transaksi dengan waktu yang ditentukan. Informasi dapat digunakan untuk melihat riwayat pembelian, sehingga belanja virtual bisa menyesuaikan dengan kebutuhan. Dengan strategi digital marketing sangat membantu pengrajin sepatu sehingga mereka tidak perlu harus memiliki toko sendiri atau menyewa toko. Artinya biaya operasionalnya bisa diminimalisir dan para pengrajin lebih fokus dalam memproduksi sepatu dengan kualitas yang lebih bagus.

Kemayoran terletak pada Jakarta Pusat Kemayoran yang sebelumnya merupakan Bandara Kemayoran sejak tahun 1992 kemudian telah ditutup serta didirikan sebagai pemukiman, dengan sebagian wilayahnya 44 hektar. Luas wilayah Kecamatan Kemayoran yakni 7,25 Kilometer persegi yang terdiri dari 8 Kelurahan. Dengan adanya pembangunan disegala sektor, Kemayoran khususnya Kelurahan Utan Panjang sekarang ini menjadi tempat yang sangat ramai serta padat penduduknya. Yang dahulunya berupa tanah sawah, maupun empang sudah tidak ada lagi dan sekarang menjadi tempat pemukiman penduduk dan toko.

Tujuan yang diharapkan dengan adanya kegiatan sosialisasi dan pelatihan tentang Strategi *Digital Marketing* Produk Sepatu Melalui Bisnis *Online* adalah agar dapat mengetahui dan menggunakan internet sebagai media massa baru kekinian yang dapat digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat dan berdaya guna, selain itu untuk mengembangkan UMKM agar pelaku usaha mempunyai kreatifitas dalam mengelola usaha dan membuat produk yang inovatif pada akhirnya dapat meningkatkan omzet pelaku usaha sepatu yang artinya dapat meningkatkan kesejahteraan para pengrajin sepatu. Adapun kegunaan kegiatan ini agar para pengrajin sepatu di Kelurahan Utan Panjang untuk memahami bagaimana cara menggunakan dan memanfaatkan teknologi komunikasi. Sedangkan sasaran kegiatan ini ditujukan khususnya untuk para pengrajin sepatu di Kelurahan Utan Panjang dapat memanfaatkan media sosial sebaik dan sebijak mungkin dalam memasarkan produknya. Disini masyarakat berperan sebagai komoditas yang bernilai untuk dijadikan para pemilik pengrajin sepatu dapat meluaskan usahanya melalui bisnis virtual.

METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan kegiatan abdimas ini terbagi dalam empat kegiatan. Adapun uraian kegiatan sebagai berikut:

- a. Pelatihan bagi pengrajin sepatu agar dapat menggunakan komputer untuk bisnis *online* dalam menjual belikan produknya dilaksanakan dua kali pertemuan. selama satu jam.
- b. Pelatihan *softkill* baik kualitas produk, pemasaran dengan menggunakan teknologi komunikasi/ bisnis *online*.
- c. Pelatihan bagi pengrajin sepatu bagaimana meningkatkan omzet sepatu dengan menggunakan bisnis *online*.
- d. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengrajin sepatu dalam meningkatkan kemampuan kreatifitasnyadalam mengembangkan produk sepatunya.

Partisipasi mitra dalam kegiatan penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan strategi digital marketing produk sepatu melalui bisnis online untuk meningkatkan pengetahuan dan omzet sepatu di Kelurahan Utan Panjang yaitu menyediakan tempat untuk pelaksanaan kegiatan yaitu di Aula Kantor Kelurahan Utan Panjang Kecamatan Kemayoran Jakarta Pusat. Peralatan yang digunakan antara lain : (1) sound system, (2) kursi, (3) LCD Proyektor, (4) kamera.

Tempat dan Waktu

Kegiatan dilaksanakan pada Kelurahan Utan Panjang Kecamatan Kemayoran Jakarta Pusat. Dengan waktu pelaksanaan dari bulan Mei – Agustus 2018.

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam sosialisasi dan pelatihan adalah UMKM pengrajin sepatu pada Utan Panjang.

Metode yang dilakukan

Metode pengabdian yang dilakukan adalah penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan dari mulai persiapan sampai pelaksanaan dari tanggal 8 – 15 Agustus 2017 kemudian dilanjutkan kembali awal tahun 2018 dimana kami mengkhususkan untuk UMKM pengrajin sepatu Utan Panjang secara efektif dan efisien.

Indikator Keberhasilan

UMKM pengrajin sepatu di Utan Panjang dapat mengembangkan usahanya dan para pengrajin mempunyai kreatifitas dalam mengelola usaha serta membuat produk yang inovatif serta dapat memahami dan memanfaatkan teknologi komunikasi/ bisnis online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan 1

Pelaksanaan kegiatan pelatihan bagi pengrajin sepatu dalam mengoperasikan komputer untuk bisnis online dalam memasarkan produk sepatunyasehingga dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pengrajin sepatu kegiatan diselenggarakan oleh Tim Dosen Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, telah dilakukan dengan baik dan berjalan dengan lancar.

Hal tersebut tercermin dari para peserta yang aktif mengikuti pelatihan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan. Pelatihan mengenai strategi digital *marketing* produk sepatu melalui bisnis *online* yaitu dengan memberikan penjelasan dan gambaran bagaimana memanfaatkan bisnis *online* yang baik dan berdaya guna. Selain itu memberikan beberapa saran untuk memanfaatkan bisnis *online* seperti bagaimana cara menggunakan akun media sosial dan memasarkan produk sepatu dengan menggunakan teknologi komunikasi.

Dengan adanya pelatihan ini diharapkan kedepannya pengrajin sepatu dapat memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi/bisnis online yang berada di media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, *whatsapp*, *Line* dan sebagainya. Jadi setiap pengrajin sepatu selain dapat mendapatkan wawasan pengetahuan mengenai strategi *digital marketing* produk sepatu melalui bisnis *online* selain untuk meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana menggunakan komputer untuk berbisnis *online* juga dapat mendapatkan pengembangan usahanya dari berjualan melalui *online* yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan para pengrajin sepatu.

Peserta pelatihan dan penyuluhan memahami perlunya pemanfaatan bisnis *online* di media sosial untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang memasarkan produknya secara *online*. Saat diadakan pelatihan langsung diberikan contoh yang sesuai dengan apa yang dialami oleh peserta, para pengrajin dapat memahami simulasi tersebut. Sekarang ini masih perlu pelatihan yang berkelanjutan dan peninjauan ulang serta evaluasi untuk memastikan para pengrajin sepatu dapat meningkatkan kemampuan mereka baik itu dalam meningkatkan kualitas produk sepatu, memasarkannya dengan menggunakan Teknologi komunikasi memanfaatkan media sosial sesuai dengan pelatihan yang diberikan.





Kegiatan 2

Memberikan tanya jawab seputar strategi *digital marketing* produk sepatu melalui bisnis *online*. Dari 30 UMKM pengrajin sepatu yang mengikuti penyuluhan dan pelatihan, mereka sangat antusias memberikan menjawab dan berdialog. Pada sesi pelatihan diberikan contoh bagaimana berbisnis *online* dan memasarkan produk sepatu melalui bisnis *online* yang ada di media sosial serta diajarkan bagaimana cara menggunakannya. Selain itu juga dilakukan simulasi agar para pengrajin sepatu di Utan Panjang dapat memanfaatkan teknologi komunikasi /bisnis *online* pada platform belanja virtual untuk hal-hal yang berdaya guna.

Keberhasilan

Para pengrajin sepatu di Utan Panjang dapat memahami, memanfaatkan dan menggunakan teknologi komunikasi di media sosial dan bagaimana cara memasarkannya produk sepatu tersebut melalui bisnis *online*. Selain itu dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai strategi *digital marketing* produk sepatu melalui bisnis *online* dan pengrajin sepatu memiliki kreatifitas dalam mengelola usahanya dan membuat produk sepatu yang dapat mengikuti trend masa kini.

SIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dengan kesimpulan bahwa strategi *digital marketing* sangat berpengaruh terhadap pengelolaan dan pengembangan produk sepatu terutama dalam memasarkan produk sepatu tersebut secara *online*. Selain itu menjamurnya bisnis *online* ikut meramaikan dunia belanja *digital*. Yang artinya belanja secara konvensional sedikit demi sedikit sudah mulai ditinggalkan.

Keikutsertaan dosen-dosen dari Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta menambah semangat dan pengetahuan para pengrajin sepatu setempat. Komunikasi antara instruktur sebagai penyuluh maupun pelatihan dengan para pengrajin sepatu berada di Utan Panjang memberikan kesempatan untuk kedua belah pihak agar saling menambah wawasan masing-masing. Dengan ikut sertanya Tim dosen dari UTA' 45 Jakarta pada pelatihan membawa dampak yang positif bagi para pengrajin sepatu itu sendiri dan bagi masyarakat dilokasi khususnya dengan strategi digital marketing produk dengan teknologi komunikasi melalui bisnis *online* dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan para pengrajin sepatu dalam penggunaan komputer untuk memasarkan produk sepatu secara *online* juga untuk meningkatkan kesejahteraan para pelaku UMKM pengrajin sepatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong, Uchjana, 2007, Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek, PT. Remaja Rosdakarya.
- Heizer, Jay dan Barry, Render, 2015 Manajemen Operasi, Edisi 11, Penerbit Salemba Empat
- Koler, Philip dan Keleer, Kevin Lane, 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2, PT. Indeks.
- Fauziah, 2018, "Penggunaan Online Shop Di Instagram Pada Perilaku Konsumtif Perempuan Di Jakarta" (Jurnal Majalah Ilmiah BIJAK) 115 Vol. 15, No. 2, September 2018, pp. 115 - 126 P-ISSN 1411-0830 | E-ISSN 2621-749X.
- Yani, Ari Soeti, 2016, "Analisis Persediaan Bahan Baku Kalep Dengan Metode Economic Order Quantity Dalam Mendukung Kelancaran Usaha Pada Industri Kecil Sepatu Di Wilayah Kemayoran Jakarta Pusat", (Jurnal Media Studi Ekonomi), Vol. 19, No.1