



Vol. 05 No. 01
Juni 2020
e-ISSN : 2721-4133
p-ISSN : 2597-7210

jurnal Asawika

media sosialisasi abdimas widya karya

**PENGEMBANGAN BAKAT MINAT DAN PENDIDIKAN KARAKTER
DI UPTD “KAMPUNG ANAK NEGERI” SURABAYA**
Josephine Roosandriantini dan Selvia Devy Tiorma

**BANTUAN DESAIN BUKIT KONSERVASI KAWASAN
SUMBER BRANTAS KOTA BATU**
Kustamar, Abraham Lomi, Subandiyah Aziz, dan Eding Iskak Imananto

**PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA
MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN BAGI KOMUNITAS
MUDA-MUDI PEDULI ANTI KEMISKINAN**
Novilia Kareja, Antonius Prisma Jalu P., dan B. C. Putra Mbulu

**PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN KETERAMPILAN MENULIS
OPINI MENGGUNAKAN METODE TIGA KATA BAGI UMAT
GEREJA PAROKI IJEN MALANG**
Emanuel Raja Damaitu dan Novilia Kareja

**WORKSHOP ENTREPRENEURSHIP BERKELANJUTAN GUNA
MENUMBUHKAN INTENSI BERWIRAUSAHA PADA PROGRAM
KEGIATAN EKSTRAKURIKULER SISWA SMA ST LOUIS SURABAYA**
Krismi Budi Sienatra

**PENDAMPINGAN E-MARKETING UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PENGERAJIN KAIN PERCA DI KABUPATEN MALANG**
Novita Rifaul Kirom dan Firina Lukitaningtyas

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Katolik Widya Karya Malang**

Susunan Redaksi

Penasihat

Rm. Albertus Herwanto, O.Carm., M.A.

Penanggung jawab

Dr. Nereus Tugur Redationo, S.T., M.T.

Ketua

Antonius Prisma Jalu Permana, S.Si., M.Si.

Anggota

1. Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.App.Sc.
2. Prof. Dr. J.G. Nirbito
3. Dr. R. Diah Imaningrum Susanti, S.H., M.Hum., M.Pd.
4. Dr. Lis Lestari S., M.Si.
5. Hendrikus Nendra Prasetya, S.P., M.Si.

Editor

Catharina Rini Susrijani, S.S., M.Hum

Sekretariat & Distribusi

Olyvia Resyana Citra, S.E.

Pengantar Redaksi

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa patut kita haturkan kepada-Nya, sebab karena rahmat dan karunia-Nya Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat "Asawika" Vol. 05 No. 01 ini bisa terbit. Jurnal Asawika merupakan tasilitas bagi para dosen pengabdian untuk mempublikasikan karya pengabdian secara luas.

Berdasar pada visi Universitas Katolik Widya Karya Malang yaitu Menjadi komunitas akademik berkualitas dengan menerapkan IPTEKS dalam karya yang dijiwai nilai-nilai Katolik dan Pancasila, jurnal Asawika merupakan salah satu hasil dedikasi atas visi tersebut. Pengabdian kepada masyarakat yang merupakan salah satu cara dalam mendiseminasikan hasil penelitiannya sehingga dengan adanya jurnal pengabdian kepada masyarakat ini dapat membantu para pengabdian untuk mempublikasikan karya pengabdian.

Akhir kata, semoga kehadiran jurnal Asawika ini mampu menjadi sarana bagi segenap pengabdian dalam mendiseminasikan hasil kegiatannya sehingga bisa menjadi inspirasi bagi pengabdian-pengabdian lain dalam iku berperan membangun negeri ini.

Salam Redaksi

ASAWIKA merupakan jurnal publikasi hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh para dosen di lingkungan kampus Unika Widya Karya Malang beserta para dosen di luar lingkungan Unika Widya Karya Malang. Jurnal ini diterbitkan oleh LPPM Unika Widya Karya Malang dua kali dalam satu tahun.



Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM)
Universitas Katolik Widya Karya Malang
Jalan Bondowoso No. 2 Malang 65115
Telepon (0341) 553171 E-mail: lppm@widyakarya.ac.id

PETUNJUK PENULISAN NASKAH JURNAL ASAWIKA

PERSYARATAN UMUM

Jurnal Asawika menerima naskah berupa tulisan asli mengenai hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut meliputi implementasi hasil penelitian, aplikasi teknologi tepat guna, diseminasi inovasi, dan pengembangan model pemberdayaan masyarakat. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia dan belum pernah dimuat di dalam jurnal ilmiah internasional maupun nasional. Naskah harus mengikuti format yang ditentukan dalam jurnal ini.

FORMAT TULISAN

Naskah diketik di dalam sebuah luasan print dengan margin 1,2 inch dari atas, 1 inch dari bawah dan kiri kertas. Margin sisi kanan dibuat 0,8 inch. Ukuran paper A4, lebar 8,27 inch, tinggi 11,69 inch. Layout: header 0,5 inch, footer 0,5 inch. Teks tidak perlu diberi nomor halaman. Isi artikel diketik dalam format dua kolom (lebar kolom –2,98 inch dan spasi kolom –0,5 inch).

Gambar disisipkan di dalam text box dan figures caption (keterangan gambar) diletakkan di bawah gambar. Keterangan gambar diberi nomor dan gambar harus dirujuk di dalam teks. Keterangan gambar diawali dengan huruf besar. Keterangan gambar yang lebih dari satu baris ditulis menggunakan spasi 1.

Tabel dibuat dengan lebar garis 1 pt dan tables caption (keterangan tabel) diletakkan di atas tabel. Keterangan tabel yang terdiri lebih dari 2 baris ditulis menggunakan spasi 1. Garis-garis tabel diutamakan garis horizontal saja, sedangkan garis vertikal dihilangkan.

Naskah disusun dengan urutan sebagai berikut:

- Judul:** Judul ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris ringkas, jelas, tidak lebih dari 15 kata menggunakan huruf Times New Roman ukuran 14, capitalized, bold, dan centered.
- Nama Lengkap Penulis:** Nama penulis ditulis menggunakan huruf Times New Roman ukuran 11 tidak disertai gelar.
- Nama Lembaga/Institusi:** nama fakultas, universitas, dan alamat E-mail penulis
- Abstrak:** Abstrak merupakan penjelasan singkat tentang latar belakang kegiatan, metode pelaksanaan, hasil dan pembahasan serta simpulan. Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris menggunakan huruf Times New Roman ukuran 10, spasi 1 dan dengan panjang teks antara maksimal 100–250 kata. Abstrak versi bahasa Indonesia ditulis menggunakan bahasa Indonesia baku. Abstrak versi bahasa Inggris ditulis menggunakan bahasa Inggris dalam bentuk past tense.
- Kata Kunci (keywords):** ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris terdiri atas tiga sampai lima kata yang diletakkan di bawah abstrak/abstract. Kata kunci dituliskan menurut abjad.
- Pendahuluan:** Pendahuluan memuat tentang latar belakang, masalah, rencana pemecahan masalah dan tujuan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan. Pendahuluan ditulis menggunakan huruf Times New Roman, ukuran 11 dan spasi 1.
- Metode Pelaksanaan:** Metode Pelaksanaan akan memaparkan secara rinci tentang jenis/rancangan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, metode serta langkah-langkah pelaksanaan sampai dengan evaluasi serta monitoring pelaksanaan pengabdian.
- Hasil dan Pembahasan:** Hasil dan Pembahasan disajikan dalam bentuk teks, Tabel maupun Gambar. Hasil dan pembahasan berisi:
 - Peristilahan atau model (untuk jasa, keterampilan baru, dan rekayasa sosial-budaya), dimensi dan spesifikasi (untuk barang/peralatan) yang menjadi keluaran atau fokus utama kegiatan yang digunakan sebagai solusi yang diberikan kepada masyarakat, baik langsung maupun tidak langsung;
 - Dokumentasi yang relevan dengan jasa atau barang sebagai keluaran atau fokus utama kegiatan;
 - Keunggulan dan kelemahan keluaran atau fokus utama kegiatan
 - Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun produksi barang, dan peluangnya
- Simpulan:** Berisi simpulan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Menjabarkan pencapaian tujuan pengabdian yang dijelaskan melalui tulisan esai.
- Ucapan terima kasih:** Ucapan terimakasih perlu disampaikan penyandang dana; partner pelaksana program; para pendukung pelaksanaan program, baik perorangan maupun lembaga
- Referensi:** Penulisan referensi yang digunakan adalah kebaruan pustaka adalah 10 tahun terakhir, pustaka jurnal, sitasi pustaka web dituliskan tanggal aksesnya dan sitasi hasil wawancara dituliskan tanggal wawancara.

Daftar Isi

Pengembangan Bakat Minat dan Pendidikan Karakter di UPTD “Kampung Anak Negeri” Surabaya..... Josephine Roosandriantini Dan Selvia Devy Tiorma	1
Bantuan Desain Bukit Konservasi Kawasan Sumber Brantas Kota Batu..... Kustamar, Abraham Lomi, Subandiyah Aziz, dan Eding Iskak Imananto	6
Pelatihan Pembuatan Media Promosi dalam Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan bagi Komunitas Muda-Mudi Peduli Anti Kemiskinan..... Novilia Kareja, Antonius Prisma Jalu P., dan B. C. Putra Mbulu	16
Pelatihan dan Pendampingan Keterampilan Menulis Opini Menggunakan Metode Tiga Kata bagi Umat Gereja Paroki Ijen Malang..... Emanuel Raja Damaitu dan Novilia Kareja	21
Workshop Entrepreneurship Berkelanjutan Guna Menumbuhkan Intensi Berwirausaha pada Program Kegiatan Ekstrakurikuler Siswa SMA St. Louis Surabaya..... Krismi Budi Sienatra	25
Pendampingan E-Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Pengerajin Kain Perca di Kabupaten Malang..... Novita Rifaul Kirom dan Firina Lukitaningtyas	30

PENDAMPINGAN E-MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN Pengerajin Kain Perca DI KABUPATEN MALANG

Novita Rifaul Kirom¹⁾, Firina Lukitaningtyas²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wisnuwardhana Malang
Email: novitakirom04@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wisnuwardhana Malang
Email: firinalukitaningtyas@gmail.com

Abstrak

E-Marketing merupakan pemasaran atau penjualan yang menggunakan media internet untuk melaksanakan pemasarannya. Dengan adanya e-marketing pedadang bisa melaksanakan penjualan meskipun tidak mempunyai toko. Kabupaten Malang merupakan sebuah kabupaten di provinsi Jawa Timur yang terluas nomor 2 dan merupakan kabupaten dengan populasi terbesar di Jawa Timur. Kabupaten Malang jua terkenal dengan pendidikan, wisata, maupun UMKM. Oleh sebab itu keberadaan UMKM semakin berkembang pesat, banyak sekali kegiatan UMKM salah satunya adalah pengerajin kain perca yang berada di desa Sananrejo kecamatan Turen Kabupaten Malang. Tujuan usaha ini adalah untuk memberikan pelatihan tentang pemasaran tidak harus dilaksanakan secara offline saja melainkan juga bisa dengan cara online sehingga produk bisa lebih mudah dikenal oleh masyarakat secara luas.

Kata kunci: *e-marketing, penjualan, pengerajin*

Abstract

E-marketing is a marketing or selling method that uses internet media to do the marketing. With the existence of e-marketing, farmers can sell their products even without the presence of a physical store. Malang Regency is the second largest regency in East Java province. With the highest population in East Java. Malang Regency is also famous for its higher education institutes, tourism, and small and medium-sized enterprises (SMEs). The rapid growth SMEs in Malang results in the growth of many business activities, one of which is patchwork arts enterprise in the village of Sananrejo, Turen, Malang. The purpose of this community service was to provide marketing training for the patchwork artisans to encourage them to not only doing offline business but also the online one, so their products can be more easily recognized by the public at large.

Keywords: *e-marketing, marketing, artisans*

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Malang merupakan sebuah kabupaten di provinsi Jawa Timur yang terluas nomor 2 dan merupakan kabupaten dengan populasi terbesar di Jawa Timur. Kabupaten Malang juga terkenal dengan pendidikan, wisata, maupun UMKM. Oleh sebab itu keberadaan UMKM semakin berkembang pesat, banyak sekali kegiatan UMKM salah satunya adalah pengerajin kain perca yang berada di desa Sananrejo kecamatan Turen Kabupaten Malang. Usaha yang dilakukan tersebut berpotensi untuk dilakukannya pengembangan dalam hal kualitas, kuantitas, pengemasan maupun pemasarannya.

UMKM pengerajin kainperca ini masih banyak menghadapi permasalahan. Permasalahan utama yang dihadapi adalah tentang

manajemennya salah satu yang paling mendasar adalah dibidang pemasaran yang berorientasi pasar rendah serta tidak tersedia infrastruktur pemasaran yang bagus. Dalam menghadapi persaingan perdagangan yang semakin luas penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Oleh karena itu peran pemerintah maupun kemitraan swasta diperlukan dalam hal memperlancar keberhasilan pengerajin kain perca untuk memperluas akses pasar melalui fasilitas teknologi informasi berbasis internet, salah satunya adalah melalui media sosial. Dimana hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial. Teknologi ini dapat digunakan sebagai media komunikasi dan media pemasaran secara global.



Gambar 1 pembuatan handycraft kain perca

Teknologi internet dapat digunakan sebagai media pemasaran yang efektif, dengan jangkauan yang sangat luas tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu para pelaku usaha kecil dan menengah harus memanfaatkannya sebagai sarana untuk meningkatkan jangkauan pasar, baik tingkat nasional maupun internasional (Djamaludin, dkk, 2016). Sedangkan menurut Nuryati (2013) di era globalisasi informasi bergerak sangat cepat dan menjadi pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan. Internet melalui *e-commerce* membuka peluang bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk memasarkan dan menumbuhkan jaringan usaha di seluruh belahan dunia usaha. Untuk itu pelaku UMKM dituntut menjadi bagian dari komunitas global dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui *E-Marketing* jika tidak maka akan tertinggal dan kalah dalam persaingan perdagangan.

Berdasarkan analisis terhadap beberapa hasil penelitian dan hasil diskusi dengan pelaku usaha pengerajin kain perca yaitu AL-Toys pada saat observasi yang dilakukan pada bulan Juli 2019, terdapat beberapa permasalahan yaitu: 1) keterbatasan pengertian dalam pemanfaatan akses dan penguasaan teknologi khususnya tentang *e-marketing*. 2) kurangnya inovasi dalam hal pemasaran maupun strategi penjualan 3) merk yang dihasilkan oleh pengerajin kain perca

belum terdaftar, disebabkan oleh keterbatasannya biaya dan tingginya ijin serta biaya untuk mendaftarkan merek.

Dari uraian permasalahan tersebut diharapkan dengan adanya pengabdian dan pembinaan iptek ini menghasilkan solusi yang dapat membantu pengerajin kain perca. Sehingga mitra yaitu pengerajin kain perca dapat memiliki kemampuan untuk mengaplikasikan manajemen usaha dan menggunakan *e-marketing* sebagai salah satu strateginya, dan juga bisa mendaftarkan merk sendiri sehingga mempunyai nilai jual tinggi.

Selaras dengan hasil penelitian oleh Mujiyana (2012) pemasaran melalui internet berpengaruh positif terhadap pemrosesan informasi. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan promosi atas suatu produk akan lebih optimal hasilnya apabila program periklanan yang dilakukan pada media internet juga dimbangi dengan tingginya pemasaran melalui *e-mail*, maka pemrosesan informasi konsumen akan semakin baik.

Berdasarkan latar belakang di atas maka diambil judul **“Pendampingan *e-marketing* untuk Meningkatkan Penjualan Pengerajin Kain Perca di Kabupaten Malang”**

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama proses survey dan melaksanakan pengabdian langsung ke mitra adalah (a) kurangnya pengetahuan tentang teknologi oleh pengerajin jadi selama ini penjualan hanya dilakukan secara *offline* saja, (b) Strategi penjualan yang dilakukan oleh pengerajin masih monoton sehingga kurangnya inovasi yang membuat dagangan kurang dikenal masyarakat dan juga belum adanya brand dari usaha tersebut, (c) belum terdapat ijin usaha yang membuat usaha tersebut belum bisa berkembang dengan cepat.

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sesuai dengan jadwal pada tabel di bawah ini:

Waktu Pengabdian: Oktober–
Desember 2019
Pelaksanaan: 28 November 2019
Tempat Pengabdian: Rumah pengerajin
kain perca di Kecamatan Turen
Kabupaten Malang

Tabel 1 kegiatan pengabdian masyarakat

No	Kegiatan	Bulan			Pelaksana
		Okt	Nov	Des	
1	Survey Pendahuluan	V	V		Tim
2	Koordinasi dengan pihak pengerajin	V	V		Ketua
3	Identifikasi Masalah		V		Tim
4	Penyusunan Materi	V	V		Tim
5	Pelatihan dan Implementasi			V	Tim
5	Laporan			V	Tim

Untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam beberapa langkah antara lain:

- a Identifikasi masalah dilakukan sebagai langkah awal dalam merumuskan apa saja yang menjadi kendala pengerajin boneka dan nantinya akan dibuat bahan untuk pemberian materi dalam kegiatan pengabdian ini
- b Melaksanakan survey lapangan ke tempat pengerajin sebagai tempat dilaksanakannya kegiatan pengabdian dan dilanjutkan dengan proses wawancara dan diskusi untuk identifikasi masalah
- c Tinjauan pustaka sebagai acuan dalam melaksanakan proses pengabdian
- d Pemberian materi tentang e-marketing yaitu mengenai penjualan lewat media sosial.

Proses Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tahapan yaitu wawancara, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilaksanakan di rumah pemilik usaha di kecamatan

Turen Ksbupaten Malang. Kegiatan ini dimulai dengan melaksanakan survey ke lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dan selanjutnya mencari rumusan masalah dan memberikan solusi berupa pelatihan dan pendampingan e-marketing melalui sosial media. Tim dosen pada pengabdian ini adalah

1. Novita Rifaul Kirom, S.Pd., MM
2. Firina Lukitaningtyas, S.Si., MM

Hasil dari kegiatan survey tersebut adalah untuk mendapat kesepakatan dari diskusi dengan pemilik usaha untuk memperluas jangkauan promosi dan penjualan dari usaha kain perca tersebut.

Tahapan Pelaksanaan

Untuk melaksanakan program pengabdian masyarakat, dalam bidang UMKM dan *e-marketing*, maka dilakukan bermitra antara tim pengabdian masyarakat yaitu dosen Universitas Wisnuwardhana Malang dengan Pengerajin kain perca di Kabupaten Malang yaitu Al-Toys. Peranan mitra adalah untuk memberi data ril yang ada di lapangan yang nantinya akan didiskusikan untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut. Agar pengabdian masyarakat ini lebih terarah maka tahapan atau langkah-langkah yang akan digunakan adalah: (1) persiapan, suatu kondisi yang memberi kemudahan kepada mitra untuk memunculkan kreativitasnya (suherman, 2012:77). (2) investigasi, mempelajari masalah yang terkait dan mengidentifikasi komponen usaha permasalahan (suherman, 2012:77). (3) transformasi, mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada serta mengkonfirmasi dengan data dan informasi yang telah dikumpulkan (suherman:2012,77). (4) *Incubation*, masa inkubasi terjadi seakan-akan seseorang keluar atau melupakan masa lalu yang dihadapi "*Walk a Way Form Situation*". (5) *Verification*, untuk memvalidasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak maka dilakukan percobaan (Suherman,2012:77). (6) *Implementatin*, mulai mentransformasi ide menjadi kenyataan yang digunakan (Suherman, 2012:77). (7) Evaluasi, langkah ini merupakan kegiatan untuk mengetahui "nilai lebih" dari hasil kreativitas yang

dilakukan (Suherman, 2012:77). (8) Pengembangan, semua pertanyaan yang dikemukakan pada langkah evaluasi merupakan bahan untuk pengembangan (Suherman, 2012:77).

Tahapan Pendekatan

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra yang telah disepakati bersama adalah: (1) Metode Pendekatan Partisipatif. Metode Partisipatif adalah Pembelajaran yang berhubungan dengan pengalaman. Metode ini mengawali suatu proses pencerminan, pengujian dan analisis sehingga memiliki potensi membawa seseorang individu ke dalam tahap-tahap pembelajaran yang berhubungan dengan pengalaman (Dwivedi, 2004: 2). Membawa Mitra bertemu dengan orang-orang sukses dan berpengalaman dalam mengelola usaha dan langsung berkunjung ke Pelaku usaha yang sukses, agar mitra lebih tertarik dan termotivasi untuk terus mengembangkan usaha dan mengikuti dengan baik program pengabdian masyarakat. (2) Metode Pendekatan Kognitif. Cara yang paling efektif untuk memperkenalkan informasi atau konsep-konsep yang baru pada sekelompok orang yang belajar (Dwivedi, 2004:11).

Dalam Pendekatan ini Tim pengabdian masyarakat, mempresentasikan konsep dan informasi dalam suatu cara yang berurutan dan sistematis dalam waktu yang terbatas, menggunakan alat bantu, berdiskusi dengan mitra. (3) Metode Pendekatan Afektif. Partisipasi berbagi pengalaman dan kendali gabungan atas proses pembelajaran (Dwivedi, 2004:25). Memberikan kepada Mitra untuk saling berbagi pengalaman, gagasan, ide, dan mengklarifikasi sudut pandang mitra yang berbeda. Membantu Mitra mengenali apa yang mereka lakukan dan apa yang mitra tidak ketahui, Membantu mitra menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mereka hadapi melalui pengalaman, meningkatkan keterlibatan mitra dalam menjalankan usahanya. (4) Metode Pendekatan Keterampilan. Metode berbasis keterampilan ini melibatkan pembelajaran dengan melakukan pembelajaran melalui pengamatan (Dwivedi, 2004:103). Mempraktekkan

laporan keuangan, sistem administrasi, pembuatan web, blog, media social, dan lain-lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra yang telah disepakati bersama adalah: (1) Metode Pendekatan Partisipatif. Metode Partisipatif adalah Pembelajaran yang berhubungan dengan pengalaman. Metode ini mengawali suatu proses pencerminan, pengujian dan analisis sehingga memiliki potensi membawa seseorang individu ke dalam tahap-tahap pembelajaran yang berhubungan dengan pengalaman (Dwivedi, 2004: 2). Membawa Mitra bertemu dengan orang-orang sukses dan

berpengalaman dalam mengelola usaha dan langsung berkunjung ke Pelaku usaha yang sukses, agar mitra lebih tertarik dan termotivasi untuk terus mengembangkan usaha dan mengikuti dengan baik program pengabdian masyarakat. (2) Metode Pendekatan Kognitif. Cara yang paling efektif untuk memperkenalkan informasi atau konsep-konsep yang baru pada sekelompok orang yang belajar (Dwivedi, 2004:11). Dalam Pendekatan ini Tim pengabdian masyarakat, mempresentasikan konsep dan informasi dalam suatu cara yang berurutan dan sistematis dalam waktu yang terbatas, menggunakan alat bantu, berdiskusi dengan mitra. (3) Metode Pendekatan Afektif. Partisipasi berbagi pengalaman dan kendali gabungan atas proses pembelajaran (Dwivedi, 2004:25). Memberikan kepada Mitra untuk saling berbagi pengalaman, gagasan, ide, dan mengklarifikasi sudut pandang mitra yang berbeda. Membantu Mitra mengenali apa yang mereka lakukan dan apa yang mitra tidak ketahui, Membantu mitra menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mereka hadapi melalui pengalaman, meningkatkan keterlibatan mitra dalam menjalankan usahanya. (4) Metode Pendekatan Keterampilan. Metode berbasis keterampilan ini melibatkan pembelajaran dengan melakukan pembelajaran melalui pengamatan (Dwivedi, 2004:103). Mempraktekkan laporan keuangan, sistem administrasi,

pembuatan web, blog, media social, dan lain-lain.



Gambar 2 pemilik usaha sedang membuat kerajinan

Solusi yang ditawarkan

Mitra adalah salah satu unsur yang terpenting dalam melaksanakan pengabdian masyarakat pada kegiatan pengabdian kali ini pemilik usaha souvenir AL adalah mitra utama bagi penulis. Pengekatan yang telag dilakukan adalah sebagai berikut:

- a Koordinasi dan pendekatan dengan pemilik dan pekerja, dimana pekerjanya adalah suami dan anak dari pemilik usaha disini kami memberikan informasi mengenai tujuan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut.
- b Memberikan pengenalan mengenai apa itu e-marketing atau penjualan secara online
- c Memberikan pelatihan tentang bagaimana cara memasarkan dagangan via online yaitu dengan membuat akun untuk berjualan via instagram, memberi contoh cara memfoto produk agar kelihatan menarik
- d Memberi stimulus tentang bagaimana kelanjutan dari pelatihan yang sudah dilaksanakan



Gambar 3 contoh produk dari kain perca untuk di pasaran.

Alhempy dan Wismar, (2013:20-38) menjelaskan bahwa Pembinaan adalah suatu proses atau pengembangan yang mencakup urutan-urutan pengertian, diawali dengan mendirikan, menumbuhkan, memelihara pertumbuhan tersebut yang disertai usaha usaha perbaikan, menyempurnakan, dan mengembangkannya.

Berdasarkan analisis terhadap akar penyebab suatu masalah seperti yang telah diuraikan di atas, maka solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tentang pembinaan manajemen usaha dan e-marketing melalui Pembinaan manajemen usaha dan e-marketing yang dilakukan sebagai model yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah: (1) Pembinaan Manajemen Usaha, dalam pembinaan manajemen perlu dilakukan peningkatan SDM, administrasi, dan teknologi. (2) Pembinaan SDM, rendahnya tingkat pendidikan, lemahnya keahlian dan manajemen, keahlian pemasaran mencakup aspek produk, biaya distribusi dan promosi. (3) Melakukan Pembinaan mengenai promosi produk kedua mitra baik. (4) Melakukan motivasi pada karyawan agar dapat meningkatkan kreativitasnya sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan diterima oleh pasar. (5) Penguasaan Teknologi, Mitra juga perlu menguasai teknologi karena teknologi syarat mutlak bagi penguasaan industri dan perdagangan.

Selama Mitra masih menjalankan bisnisnya dengan menggunakan peralatan yang sederhana dan tradisional, maka Mitra tidak akan mampu bersaing menghadapi pasaran dunia. Dalam hal ini, yang utama bagi, memberikan pembelajaran e-marketing, seperti memanfaatkan media sosial (Instagram, Whatshap, dan lain-lain). (6) Pendampingan dalam pengurusan Izin usaha, dan pendaftaran Merk, sehingga Mitra mampu bersaing dan membuka pasar yang seluas-luasnya. (7) Mendantangkan pelaku usaha (UMKM) yang sukses dan Praktisi *Internet Marketing*, dalam rangka meningkatkan motivasi pemilik usaha dan karyawan agar mampu terus berusaha dan bersaing dengan produk lainnya.

Target

Target dalam luaran pengabdian masyarakat ini adalah:

- a Berjalannya penjualan oleh pengerajin baik secara offline maupun secara online
- b Laporan hasil pengabdian msyarakat

4. SIMPULAN

Dari beberapa pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa e-marketing sangat lah berpengaruh dalam promosi sebuah usaha. Bentuk dari e-marketing banyak sekali salah satunya dengan sosial media seperti yang dilakukan oleh peneliti terhadap pengerajin kain perca.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa pengabdian ini tidak dapat terselesaikan berkat bimbingan, bantuan, dan semangat dari berbagai pihak sehingga hambatan dan kesulitan dapat terselesaikan. Penulis menyampaikan terimakasih kepada

- a Ibu Fatimah dan seluruh karyawan handycrft atau pengerajin kain perca.
- b Prof. Dr. Suko Wiyono, SH., MH dan jajaran selaku Rektor dan wakil rektor Universitas Wisnuwardhana Malang

- c Dr. Endang Sungkawati dan jajaran selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wisnuwardhana Malang
- d LPPM Universitas Wisnuwardhana malang
- e Mahasiswa serta rekan-rekan semuanya

6. REFERENSI

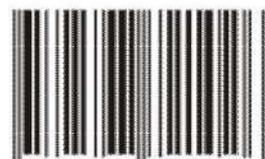
- Alhempri R. R. dan Wismar, H., (2013). *Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan*. STIE dan STIH Persada Bunda Pekanbaru. Media Riset Bisnis & Manajemen, Vol. 13, No. 1, April 2013. Hal. 20-38.
- Ay Ling. (2013). *Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya)*. AGORA Vol. 1, No. 1. Tahun 2013. Hal 1-7.
- Djamaludin, Aviasti, Rukmana Asep Nana, Rukmana Ootong. (2016). *Peningkatan Kemampuan Usaha Kecil Menengah Di Wilayah Bandung Raya Dalam Pemanfaatan Internet Sebagai Sarana Pemasaran Dan Perluasan Jangkauan Pasar*. Jurnal Ethos (Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat). Volume 4 Nomor 1. Januari 2016. ISSN 1693-699X (Print), ISSN 2502-065X (online). Hal 125-130.
- Dwivedi, A. (2004). *Metodelogi Pelatihan Partisipatif*. Yogyakarta: Pustaka Yogya Mandiri.
- Nuryanti. (2013). *Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah UKM*. Jurnal Ekonomi. Volume 21, Nomor 4 Desember 2013. Hal 1-15.
- Mujiyana, Sularto Lana, Mukhyi M. Abdul. (2012). *Pengaruh Penerapan Periklanan Di Internet Dan Pemasaran Melalui E-Mail Produk UMKM Di Wilayah*

*Depok. J@TI Undip, Vol VII, No 3,
September 2012.*
Suherman, E. (2012). *Kiat Sukses
membangun SDM Indonesia.*
Bandung: Alfabeta





9 772721 413001



9 772597 721026