

INDUKSI TEKNOLOGI E-MARKET PLACE PADA INDUSTRI KREATIF BLANGKON PETROJAYAN SERENGAN SURAKARTA

Eko Purwanto¹, Bangun Pradjadi Cipto Utomo², Pipin Widyaningsih³

^{1,2,3}Universitas Duta Bangsa Surakarta; Jl. Bhayangkara 55 Surakarta, 0271719552

¹Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Teknik Informatika, Universitas Duta Bangsa

^{2,3}Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Teknik Informatika, Universitas Duta Bangsa

e-mail : eko_purwanto@udb.ac.id, bangun_prajadi@udb.ac.id, pipin_widya@udb.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan induksi teknologi e-Market Place yang terdiri dari promosi dan penjualan secara online pada pengrajin blangkon di Kampung Petrojayan Serengan Surakarta yang tergabung dalam paguyuban "Maju Utomo". Induksi teknologi yang akan diterapkan pada mitra adalah aplikasi e-Market Place sebagai sarana promosi dan transaksi penjualan secara online. Kegiatan ini memiliki target untuk perluasan tempat pemasarandan penjualan secara online. Metode kegiatan ini dilakukan dalam lima tahap yaitu (1) Penyusunan Materi, (2) Pelatihan, (3) Persiapan peralatan, Konfigurasi Sistem dan Implementasi Sistem, (4) Pendampingan dan (5) Monitoring. Pendekatan yang dilakukan untuk proses penyusunan materi dan pelatihan adalah pendekatan konsep-proses. Pada Penyusunan materi tim menyusun materi mengenai optimalisasi dan pemanfaatan aplikasi e-market place. Pelatihan yang dilakukan dengan menggunakan metode diskusi dan demonstrasi sehingga mitra dapat dengan mudah memahami materi cara menggunakan aplikasi sistem promosi dan penjualan online dengan menggunakan aplikasi e-market place. Kegiatan pengabdian ini dapat memberikan pengetahuan dan ketrampilan dalam pemanfaatan aplikasi e-Market Place kepada mitra sehingga dapat meningkatkan jumlah omzet penjualan mitra.

Kata Kunci : Induksi, Teknologi, e-Market Place, Penjualan, Online

PENDAHULUAN

Kampung Petrojayan di Kelurahan Serengan Kecamatan Serengan Kota Surakarta merupakan pusat kerajinan kreatif blangkon yang terletak berdekatan dengan Keraton Kasunanan Surakarta dan Pasar Tradisional Klewer. Kampung Petrojayan adalah salah satu daerah yang unik dan memiliki sejarah sebagai kampung industry balngkon. Model blangkon yang dikembangkan di kampong Petrojayan adalah model solo, model Yogyakarta, model betawi dan model Madura. Sedangkan bahan baku yang digunakan rata-rata menggunakan kain batik, kain hitam polos dan Kain Modang/iket. Petrojayan sendiri merupakan kampung yang penduduknya memiliki kreatifitas dalam membuat blangkon untuk dijual ke pasar tradisional.

Pengrajin balngkon di Petrojayan menggunakan berbagai acara dalam memperkenalkan produk blangkonnya diantaranya melalui mengikuti pameran kebudayaan, memperkenalkan dari orang ke

orang dan ada yang memanfaatkan teknologi informasi melalui *Short Message Service* dan media sosial.

Promosi atau pemasaran yang dilakukan saat ini yaitu berupa dipasarkan secara langsung ke pasar lokal maupun luar daerah yaitu ke pasar klewer, pasar keraton, yogyakarta dan semarang. Selain itu pemasaran produk juga dilakukan melalui media komunikasi telepon seluler baik telepon langsung maupun dengan *short message service* (SMS). Cara pemasaran blangkon yang telah dilakukan mitra dengan cara mengikuti kegiatan pameran kebudayaan baik local ataupun nasional akan tetapi kegiatan tersebut tidak secara berkelanjutan karena berdasarkan hasil wawancara proses pemasaran produk blangkon hanya dilakukan dengan cara menawarkan produk dari took ke took atau penjual.

Solusi yang ditawarkan untuk menangani permasalahan promosi dan penjualan dengan menggunakan aplikasi *E-Market Place*. Teknologi ini

merupakan media promosi dan penjualan secara *online* yang dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dan memudahkan proses transaksi.

BAHAN DAN METODE

Metode dalam kegiatan ini meliputi penyusunan materi, pelatihan dan pendampingan dan monitoring. Pendekatan yang dilakukan untuk proses penyusunan materi dan pelatihan adalah pendekatan konsep-proses. Pendekatan yang dilakukan adalah menekankan kepada konsep *e-market place* dan penjualan produk setelah itu mitra akan diajak untuk mengetahui bagaimana cara kerja dari aplikasi *e-market place* dan penjualan produk melalui **proses** pelatihan. Pendekatan yang digunakan untuk proses pendampingan adalah pendekatan **Project Based**. Mitra dan tim pengabdian secara bersama-sama untuk membangun *e-market place*, melakukan perubahan data, publikasi website. Sedangkan pendekatan yang digunakan untuk kegiatan monitoring adalah **problem solving**. Tim pengabdian akan secara berkelanjutan melakukan pendampingan, pemantauan dan evaluasi untuk membantu mitra mengatasi kendala yang terjadi pada proses implementasi program dan pemeliharannya.

HASIL DAN DISKUSI

Mitra berperan aktif dalam kegiatan masyarakat dengan mengikuti pelatihan UKM online. Pelatihan meliputi mendesain *e-market place*, membuat *e-market place*, pendaftaran domain dan hosting, pengunggahan konten toko, *update* data konten *e-market place* dan optimalisasi kegiatan promosi dan pemasaran melalui berbagai media seperti facebook, dan pembuatan profil secara *online*. Setelah melalui tahap pelatihan mitra menjadi pusat pelaksanaan implementasi program. Mitra membangun *e-market place* dengan pendampingan dari tim pengabdian. Proses publikasi konten website juga dilakukan mitra bersama tim pengabdian.

Buku panduan atau modul *e-market place* sangat dibutuhkan dalam kegiatan pelatihan sehingga kegiatan pelatihan dapat berjalan lancar dan efisien. Buku panduan atau modul sebagai

panduan dalam kegiatan pelatihan ini yang terdiri dari modul konfigurasi dan Instalasi dan konfigurasi *e-market place*. Pelatihan pengembangan teknik promosi dan pemasaran secara online dilakukan dengan mengembangkan *e-market place*. Materi pelatihan mengacu pada modul yang telah disusun sebelumnya.

Tim pengabdian melakukan pendampingan kepada mitra dalam mengunggah konten *e-market place* ke halaman *e-market place* dan melakukan perubahan data yang dilakukan online serta pelaksanaan *launching e-market place* sebagai sarana untuk mempromosikan produk kepada masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan induksi teknologi *e-market place* dengan menasar aspek pemasaran telah memberikan manfaat kepada mitra untuk memperluas wilayah pemasaran secara digital dan mengikuti tren metode pemasaran yang sedang kekinian yaitu melalui media *online*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Direktorat Riset Pengabdian Masyarakat Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan pendanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini pada tahun 2019. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada seluruh civitas Universitas Duta Bangsa yang telah mendukung terlaksananya Program Kemitraan Masyarakat ini. Tidak lupa, kami ucapkan terimakasih kepada Paguyuban Maju Utomo atas kerjasamanya.

DAFTAR PUSTAKA/RUJUKAN

Ahluksul Karim. 2015. Strategi Pemasaran Kerajinan Blangkon Studi kasus : Kecamatan Serengan Kota Surakarta. Skripsi Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Endang Mardiani, Orland Jorge Imanuel. 2013. Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-

Marketing). Universitas Esa
Unggul Jakarta, Jurnal
Ekonomi4(2):151-161.

Purwanto, E., Bangun, P. C. U., Pipin, W.
(2019).Induksi Teknologi pada
Industri Kreatif Kampung Sentra
Blangkon: Promosi, Pengelolaan
Pemesanan dan Penjualan. Jurnal
Abdimas PHB, 2 (2): 15-20

Purwanto, E., Bangun, P. C. U. (2017).
Sistem Informasi Pemasaran Produk
Secara Online dengan Metode Sugest
up Selling. Seminar Nasional
Teknologi Informasi dan Bisnis.
ISBN: 978-602-50962-0-4: 71-79

Phamendyta Aldaning Azaria, Srikandi
Kumadji Fransisca, Yaningwati.
2014. Pengaruh Internet Marketing
Terhadap Pembentukan Word of
Mouth dan Efektivitas Iklan dalam
Meningkatkan Brand Awareness
(Studi pada Follower Akun Twitter
Pocari Sweat di Jejaring Sosial
Twitter), Jurnal Administrasi Bisnis
(JAB) 13(1):1-7.

Rudy Adipranata, Theresia Letiowati,
Santi Wiryono. E-Market Place
Sebagai Sarana Transaksi Lelang
Online. Teknik Informatika.
Fakultas Teknologi Informasi.
Universitas Kristen Petra.

Santoso. 2015. E-Marketing pada UKM
Sepatu Bunut Abang Adik Kisaran.
AMIK Royal Kisaran, Sumatera
Utara : Jurnal Teknologi dan
Sistem Informasi, Volume 1 Nomor
2 Maret 2015, hlm 87-91