

## INOVASI PEMASARAN KANDANG BAMBUR DENGAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE

Rela Adi Himarosa<sup>1</sup>, Muh. Budi Nur Rahman<sup>1</sup>, Muhammad Baihaqi<sup>1</sup>, Athira Nur Rahma<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta  
Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183  
<sup>1</sup>rela.himarosa@umy.ac.id

### Abstrak

Penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan ekonomi lokal merupakan aspek kritical dalam era digital saat ini. Studi kasus ini berfokus pada Desa Jetis RT 03, Daleman, Gilangharjo, Pandak, Bantul, yang memiliki potensi unik dalam produksi kandang ayam bambu. Mayoritas penduduk di desa ini bekerja sebagai pengrajin kandang bambu, sebuah kegiatan yang belum sepenuhnya memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi untuk pemasaran dan penjualan. Melalui program Pengabdian KKN-PPM oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, upaya dilakukan untuk memperkenalkan dan mengintegrasikan teknologi informasi e-commerce dalam proses produksi dan pemasaran kandang bambu. Tujuan utama program ini adalah untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan secara langsung menghubungkan pengrajin dengan konsumen akhir, sehingga meningkatkan margin keuntungan. Strategi yang diimplementasikan meliputi pelatihan penggunaan teknologi informasi, pembuatan website dan media sosial untuk promosi, kolaborasi dengan lembaga penelitian untuk inovasi produk, pembentukan koperasi pengrajin, penerapan pemasaran digital, serta penyelenggaraan event dan pameran. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan dan keuntungan bagi pengrajin kandang bambu, sekaligus memperkuat keberadaan mereka di pasar lokal dan nasional. Studi ini membuktikan pentingnya integrasi teknologi informasi dalam pengembangan ekonomi lokal dan memberikan wawasan berharga bagi pengembangan inisiatif serupa di masa depan.

**Kata Kunci:** e-commerce, kandang bambu, KKN-PPM

### Abstract

The use of information technology in local economic development is a critical aspect in today's digital era. This case study focuses on the village of Jetis RT 03, Daleman, Gilangharjo, Pandak, Bantul, which has unique potential in the production of bamboo chicken cages. The majority of residents in this village work as bamboo cage craftsmen, an activity that has not fully utilized the sophistication of information technology for marketing and sales. Through the KKN-PPM service program by students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, efforts were made to introduce and integrate e-commerce information technology in the production and marketing process of bamboo cages. The main objective of the program was to increase product visibility, expand market reach, and directly connect artisans with end consumers, thereby increasing profit margins. The strategies implemented include training on the use of information technology, website and social media creation for promotion, collaboration with research institutions for product innovation, establishment of artisan cooperatives, implementation of digital marketing, and organizing events and exhibitions. The results of this service showed a significant increase in sales and profits for the bamboo cage artisans, while strengthening their presence in the local and national markets. This study proves the importance of information technology integration in local economic development and provides valuable insights for the development of similar initiatives in the future.

**Keywords:** e-commerce, bamboo cage, KKN-PPM

## 1. PENDAHULUAN

Berdasarkan karakteristik budaya dan lokasi geografis, desa-desa di Yogyakarta menawarkan peluang yang signifikan untuk pengembangan pariwisata [1], [2]. Dengan demikian, telah diinisiasi berbagai inisiatif pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik desa-desa tersebut sebagai destinasi wisata, termasuk program untuk mengembangkan agrowisata dan mendukung pusat kerajinan tradisional [3], [4].

Gilangharjo adalah salah satu desa di Kecamatan Pandak, Bantul, Daerah Istimewa, Yogyakarta, Indonesia. Desa ini memiliki luas  $\pm$  726 hektar, terdiri dari 15 dusun dan 91 Rukun Tetangga. Desa Gilangharjo secara umum merupakan desa dengan tipologi persawahan. Pada umumnya, Desa Gilangharjo memiliki jenis tanah yang liat, namun masih produktif untuk pertanian dan perkebunan. Pengrajin kandang ayam yang terbuat dari bambu banyak terdapat di Jetis RT 03, Gilangharjo, Pandak, Bantul. Kandang yang diproduksi warga jenis box dan kurungan bulat. Mayoritas pengrajin kandang sudah memiliki pembeli sebagai agen penjualan pelanggan yang membutuhkan, hal ini membuat harga jual kandang dari produsen menjadi rendah, dan keuntungan yang diperoleh pengrajin sangat sedikit.

Pemasaran merupakan suatu fokus penting dalam manajerial yang mampu menawarkan dan mempertukarkan produk kepada pihak pengguna [1]. Luasnya cakupan akses internet memunculkan *internet-based society* (masyarakat yang terkoneksi dalam jaringan internet) hal tersebut menjadi awal Revolusi Industri IV atau 4.0. Kondisi ini dituntut mampu menghubungkan secara digital semua unit produktif dalam perekonomian [2]. Era globalisasi sekarang ini juga dikenal sebagai Era Ekonomi Baru (New Economy Era), era ini ditandai dengan penerapan teknologi informasi didalam menjalankan kegiatan ekonominya [3]. Untuk tetap relevan dalam era modern, sangat penting bagi UMKM di Indonesia untuk mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam strategi bisnis mereka. Penerapan teknologi informasi telah terbukti meningkatkan kinerja manajemen, efisiensi dalam pengelolaan data, dan meningkatkan kompetitif [5]. Dengan dasar pemikiran tersebut, inisiatif pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk menyediakan pelatihan dan bimbingan pada penggunaan teknologi informasi guna memajukan promosi produk kerajinan kulit di desa wisata Manding. Program ini terutama berfokus pada pengenalan dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi bagi para pelaku usaha. Selanjutnya, para peserta juga akan menerima pelatihan terkait pembuatan akun di e-commerce untuk mengakomodasi promosi dan penjualan produk secara daring yang akan didampingi tim pengabdian masyarakat dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## 2. METODE

Pendekatan pelaksanaan program dilaksanakan dengan melakukan survey pengambilan data secara kualitatif untuk memperoleh data kesenjangan yang ada antara kondisi ideal yang diharapkan, dan kondisi warga tentang perkembangan teknologi informasi. Hasil survei menjadi acuan untuk menentukan sejauh apa pelatihan yang akan dilaksanakan karena hasil pelatihan diharapkan mampu digunakan secara optimal dalam mendukung aktifitas dan proses bisnis maupun kegiatan yang lain.

Target pelatihan adalah mampu memanfaatkan software seperti microsoft office word, excel yang mampu dimanfaatkan untuk kebutuhan administrasi dan surat menyurat. Serta mengenal tentang digital marketing, e-commerce serta marketplace seperti Bukalapak, Tokopedia, Shoopee. Mitra program pengabdian masyarakat ini adalah 8 orang pengrajin kandang bambu. Program dilaksanakan pada bulan Januari hingga April 2020. Secara umum, program ini berfokus pada pembuatan sarana promosi melalui media sosial dan e-commerce. Tahapan dan jadwal pelaksanaan program pengabdian masyarakat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan dan jadwal pelaksanaan program

No	Nama Kegiatan	Target	Bulan			
			1	2	3	4
1	Sarana Promosi e-commerce	Mitra dapat membuat akun e-commerce untuk sarana jualan	√			
2	Video profil	Terbentuk konten video yang menarik		√		
3	Foto Produk	Tersedia foto produk media penjualan		√		
4	Evaluasi	Evaluasi dilaksanakan dengan tanya jawab, diskusi, dan observasi kualitatif			√	√

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Pembukaan program dan diskusi dengan warga

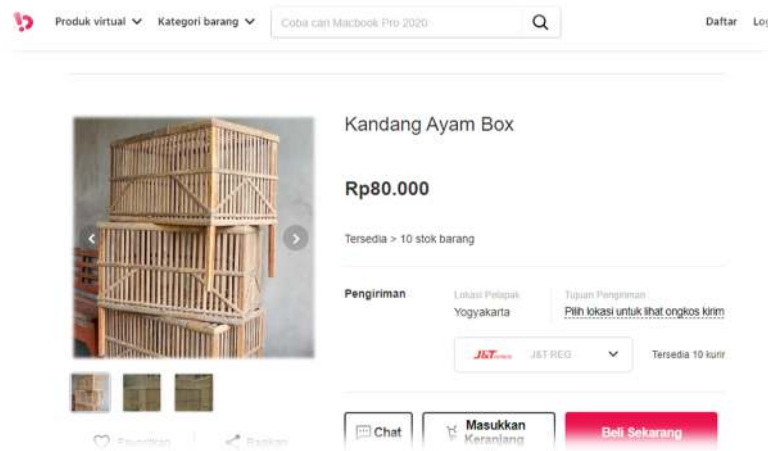
Melalui pengabdian ini penerapan teknologi informasi diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk kandang bambu dengan memanfaatkan beragam media sosial, dan aplikasi penunjang. Tim Pengabdian Masyarakat UMY Kelompok 167 Tahun 2020 mendiskusikan dengan para pengrajin untuk program pembuatan akun e-commerce ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar1. Diskusi program dengan pengrajin kandang

#### 3.2 Foto produk dan pembuatan e-commerce kandang bambu

Tim pengabdian menjadi penggerak dibidang teknologi informasi dan menularkan ke para pengrajin kandang di Jetis 03, Daleman, Gilangharjo, Pandak, Bantul. Secara personal mengajari para pengrajin untuk mengiklankan melalui media sosial dan marketplace. Foto produk kandang bambu warga yang sudah di jual melalui marketplace Bukalapak dan Facebook, dan menggunakan Instagram untuk menampilkan profil pengrajin serta produk-produknya yang ditunjukkan Gambar 2-5.



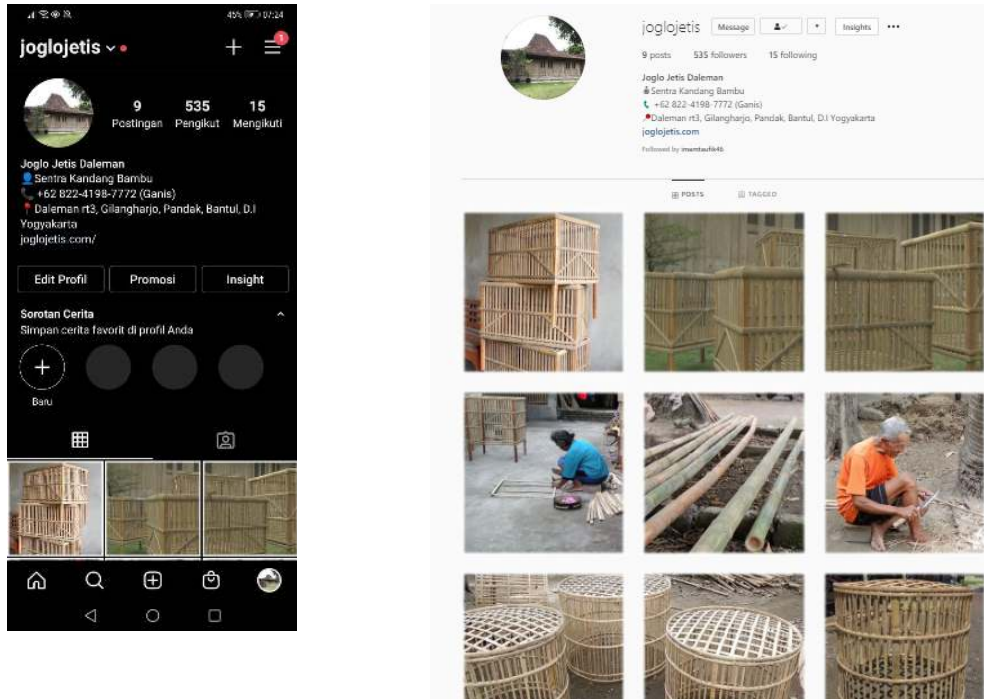
Gambar 2. Pembuatan lapak jualan di marketplace BukaLapak



Gambar 3. Media sosial Facebook bisa menjadi wadah jualan, melalui fasilitas FB Marketplace

### 3.3 Evaluasi dan monitoring kegiatan

Pengabdian ini mampu menghasilkan transfer pengetahuan dari mahasiswa KKN-PPM UMY ke warga setempat. Biaya produksi kandang paling kecil sebesar Rp 20.000, dijual ke tengkulak kandang sebesar Rp 60.000. Memanfaatkan media sosial dan online ini mampu membantu para pengrajin memasarkan produknya dan diharapkan mampu menjual langsung ke pengguna kandang dengan harga Rp 80.00 tanpa melalui tengkulak. Evaluasi diadakan untuk memverifikasi bahwa para pengelola UMKM telah berhasil memperoleh pemahaman dan kemampuan yang cukup tentang penerapan teknologi informasi dalam kegiatan pemasaran. Selama program, pendampingan kontinu dilakukan melalui pemantauan rutin. Metode evaluasi yang dipilih adalah melalui diskusi dan sesi berbagi pengalaman dengan semua pengelola UMKM. Dari evaluasi tersebut, diketahui bahwa pengelola UMKM yang bergerak di bidang produksi kandang bambu merasa mendapatkan manfaat dari materi yang disampaikan. Namun, mereka masih memerlukan bantuan lebih lanjut dalam mengelola akun Instagram yang telah dibuat. Mereka juga merekomendasikan penyediaan pendampingan secara teratur pasca-program, terutama untuk memperbaharui foto dan katalog produk secara periodik.



Gambar 4. Instagram yang dimanfaatkan untuk menampilkan profil Joglo Jetis Sentra Kandang Bambu



Gambar 5. Produk yang dihasilkan para pengrajin di Jetis RT 03, Gilangharjo, Pandak, Bantul

### 3. KESIMPULAN

Inisiatif pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk memanfaatkan inovasi teknologi informasi dalam mendukung peningkatan omset pengrajin kandang bambu. Inti dari kegiatan pengabdian ini terletak pada penggunaan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana promosi produk UMKM, beserta pembuatan foto dan katalog untuk memperkuat pengenalan produk di kalangan masyarakat. Program ini dijalankan melalui serangkaian kegiatan yang mencakup diskusi, pelatihan praktis dalam pembuatan akun media sosial, produksi katalog produk, pendampingan berkelanjutan, dan proses evaluasi. Dengan kegiatan ini, diharapkan UMKM yang bergerak di bidang kandang bambu di Jetis RT 03, Gilangharjo, Pandak, Bantul dapat tumbuh menjadi entitas bisnis yang produktif dan berkesinambungan. Untuk meningkatkan efektivitas program pengabdian di masa depan, direkomendasikan agar melibatkan lebih banyak pihak seperti pengurus desa dan kelompok pemuda, sehingga dapat memberikan pendampingan yang lebih intensif dalam penerapan teknologi informasi untuk operasional para pengrajin kandang bambu.



## UCAPAN TERIMA KASIH

Program pengabdian masyarakat ini terlaksana atas dukungan Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Program Peningkatan Tri Dharma Perguruan Tinggi No. 031/PEN-LP3M/I/2020. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para pengrajin kandang bambu di Jetis RT 03, Gilangharjo, Pandak, Bantul

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Prabangkara, H. S. (2018). Kuliner Yogyakarta, dari Identitas ke Komoditas. *Lensa Budaya*, 13(2), 110–122.
- [2] Sudarsono, H., & Susantun, I. (2019). Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pantai
- [3] Indrawati, L. (2019). Pengelolaan Sentra Industri Kerajinan Blangkon dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial di Bugisan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 2(2), 319–338.
- [4] Septriani, N. I., Helmiati, S., Subiastuti, A. S., Putri, W. A., Nizma, N. D. A., Priyono, D. S., & Sofyantoro, F. (2022). Pengembangan Maggot Sebagai Pakan Alternatif Budidaya Nila pada Kawasan Agrowisata Minapadi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4498–4505.
- [5] Sani, A., Wiliansi, N., Budiyantera, A., & Nawaningtyas, N. (2020). Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi terhadap Model Penerimaan Teknologi