

Peningkatan Pemasaran UMKM Pisau Desa Hadipolo Kudus di Masa Pandemi Melalui Media Web dan Youtube

Arif Setiawan¹, Supriyono², Pratomo Setiaji³, Putri Kurnia Handayani⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muria Kudus

¹arif.setiawan@umk.ac.id

Received: 31 Oktober 2020; Revised: 14 Desember 2021; Accepted: 17 Juni 2022

Abstract

The knife craft industry is one of the creative industries in Kudus Regency, especially in Hadipolo Village which produces various metal products such as knives, hoes, and sickles. Problems encountered by knife craft MSMEs in Hadipolo Village is the limited production tools and online marketing strategies in the face of the Covid-19 pandemic. Through the Regional Leading Product Development Program (PPUD), Universitas Muria Kudus (UMK) collaborates with MSMEs UD. Hasil Logam designed a knife handle made from plastic waste with LPG gas as an energy source and created and implemented an online marketing strategy through web media and YouTube channels. This PPPUD activity aims to spur the growth of regional superior products through competitive market growth, increase export market opportunities, accelerate the diffusion of technology and management of the college community to knife craftsmen and improve the welfare of knife craftsmen in the midst of the Covid-19 pandemic. The method used in this PPPUD activity is the development of partnerships to obtain cheap raw materials, strengthening production by making knife handles using plastic waste with cheap raw materials and energy sources, expanding marketing through the web and youtube channel of knife MSMEs, strengthening internet infrastructure in MSMEs, as well as improving the quality of human resources with web management assistance. The output target of this PPPUD activity is expected to increase MSMEs assets and turnover, increase the quality of the products produced, expand the product market by implementing better marketing strategies, and improving environmental welfare.

Keywords: *marketing; knife industry; web; youtube*

Abstrak

Industri kerajinan pisau merupakan salah satu industri kreatif di Kabupaten Kudus, khususnya di Desa Hadipolo yang menghasilkan beraneka ragam hasil logam seperti pisau, cangkul, dan sabit. Permasalahan yang dihadapi UMKM kerajinan pisau di Desa Hadipolo adalah keterbatasan alat produksi dan strategi pemasaran online dalam menghadapi pandemi Covid-19. Melalui Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPUD), Universitas Muria Kudus (UMK) bekerja sama dengan UMKM UD. Hasil Logam merancang alat pembuat gagang pisau berbahan dasar limbah plastik dengan gas LPG sebagai sumber energi dan membuat serta menerapkan strategi pemasaran online melalui media web dan channel youtube. Kegiatan PPPUD ini bertujuan untuk memacu pertumbuhan produk unggulan daerah melalui pertumbuhan pasar yang kompetitif, meningkatkan peluang pasar ekspor, mempercepat difusi teknologi dan manajemen masyarakat perguruan tinggi ke pengrajin pisau dan meningkatkan kesejahteraan pengrajin pisau di tengah pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam kegiatan PPPUD ini adalah

Peningkatan Pemasaran UMKM Pisau Desa Hadipolo Kudus di Masa Pandemi Melalui Media Web dan Youtube

Arif Setiawan, Supriyono, Pratomo Setiaji, Putri Kurnia Handayani

pengembangan kemitraan untuk mendapatkan bahan baku yang murah, penguatan produksi dengan membuat alat pembuat gagang pisau menggunakan limbah plastik dengan bahan baku dan sumber energi yang murah, perluasan pemasaran melalui web dan channel youtube UMKM pisau, memperkuat infrastruktur internet di UMKM, serta peningkatan kualitas SDM dengan pendampingan pengelolaan web. Target luaran kegiatan PPPUD ini diharapkan dapat meningkatkan aset dan omzet UMKM, meningkatnya mutu produk yang dihasilkan, meluasnya pasar produk dengan penerapan strategi pemasaran yang lebih baik, dan perbaikan kesejahteraan lingkungan.

Kata Kunci: pemasaran; industri pisau; web; youtube

A. PENDAHULUAN

Kerajinan pisau merupakan salah satu produk unggulan di Desa Hadipolo yang terletak di bagian timur Kabupaten Kudus. Industri logam ini sudah berjalan turun temurun menghasilkan berbagai hasil logam diantaranya pisau, sabit, cangkul dan mesin perontok padi (Cleland, 2012). UD. Hasil Logam adalah salah satu sentra industri logam di Desa Hadipolo yang menghasilkan aset 600 juta dan omzet 450 juta per tahun (Pemerintah Daerah, 2017). Kinerja pasar kerajinan pisau di Desa Hadipolo pada tahun 2018 menurut data kudus dalam angka, pertumbuhannya mencapai 9%. Nilai ini terbilang kecil jika dibandingkan dengan permintaan pisau di Indonesia.

Potensi kerajinan pisau menjadi produk unggulan UMKM yang dihasilkan masyarakat Desa Hadipolo. Pisau berbahan baja dan tingkat ketajaman pisau yang membuat produk pisau Hadipolo mampu bersaing di pasar lokal bahkan nasional. Selama ini pemesanan pisau dilakukan secara langsung dengan target pasar yaitu pedagang (untuk dijual kembali). Namun pandemi Covid-19 membuat penjualan kerajinan pisau menurun karena kondisi ekonomi sulit. UD. Hasil Logam mulai melirik pasar online dengan target pasar yang berbeda jika dibandingkan sebelum pandemi. Jika penjualan langsung target pasarnya adalah pedagang, maka pasar online adalah retail/rumah tangga. Walaupun tidak sebanyak pasar langsung (pedagang), namun transaksi penjualan tetap ada setiap harinya

sehingga tidak membuat produksi UMKM pisau Desa Hadipolo berhenti.

Keterbatasan alat produksi dan kemampuan SDM tentang pemasaran online membuat UD. Hasil Logam kesulitan dalam melayani pemesanan pelanggan. Tim pengabdian Universitas Muria Kudus bekerja sama dengan UD. Hasil Logam melalui program pengabdian pada masyarakat PPPUD, mencoba memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi UD. Hasil Logam. Perancangan alat pembuat gagang pisau untuk meningkatkan produksi dan penerapan strategi pemasaran yang lebih baik melalui media web dan channel youtube menjadi pilihan untuk memperluas pemasaran dan memudahkan pengrajin pisau serta pelanggan dalam melakukan pemesanan. Pemasaran online adalah aktivitas promosi untuk mengenalkan atau mempromosikan suatu produk atau jasa dimana proses tersebut dilakukan secara online melalui media internet (Team, 2017). Web dan channel youtube merupakan bagian dari media pemasaran online. Youtube merupakan salah media yang saat ini sangat diminati oleh banyak orang dari berbagai golongan, usia dan jenis kelamin (Wahyuningsih, 2021). Target luaran kegiatan PPPUD ini diharapkan dapat: (1) meningkatkan aset dan omzet UMKM melalui bertambahnya fasilitas produksi, (2) meningkatkan mutu produk yang dihasilkan, (3) meluasnya pasar produk dengan strategi pemasaran melalui media web dan channel youtube dan (4) perbaikan kesejahteraan lingkungan sekitar mitra.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dan pelatihan PPPUD dilakukan di Desa Hadipolo, Kabupaten Kudus pada bulan Agustus 2020 dengan peserta pelatihan adalah 10 orang karyawan UD. Hasil Logam yang nantinya akan mengoperasikan alat pembuat gagang pisau, pengelola web dan channel youtube. Tiga pelatihan yang diberikan dilakukan secara bertahap, terdiri dari: (1) pelatihan pengelolaan web penjualan UD. Hasil Logam, (2) pelatihan penggunaan youtube untuk katalog produk dan (3) pelatihan penggunaan alat pembuat gagang pisau.

Metode pendekatan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra melalui: (1) diskusi tim dengan mitra tentang kebutuhan alat pembuat gagang pisau, tim merancang gambar mesin pembuat gagang pisau kemudian didiskusikan kembali, selanjutnya proses pembuatan mesin/alat pembuat gagang pisau di bengkel UMK, (2) pembuatan web untuk mitra UD. Hasil Logam dimulai dari analisis kebutuhan sistem, pengadaan hardware, perancangan sistem dan database, implementasi perancangan ke dalam bahasa pemrograman. Setelah sistem (web) jadi, dilanjutkan dengan pengisian konten web meliputi foto produk, deskripsi produk dan profil UMKM UD. Hasil Logam, (3) penguatan akses online dengan memasang internet di mitra sebagai infrastruktur berjualan online selama pandemi, (4) pelatihan bagi pengelola web dalam update konten dan menanggapi komunikasi dengan pelanggan, dan (5) pembuatan dan pendampingan channel youtube untuk katalog produk.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PPPUD yang telah dilaksanakan diawali dengan observasi lapangan melalui diskusi tim dengan mitra terkait kebutuhan dan masalah yang dihadapi mitra. Berdasarkan hasil diskusi dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi mitra adalah kebutuhan fasilitas produksi untuk menunjang proses produksi

sehingga dapat melayani pemesanan yang lebih banyak dari pelanggan serta kebutuhan sistem untuk melayani pemesanan online di tengah pandemi Covid-19 (Gambar 1).



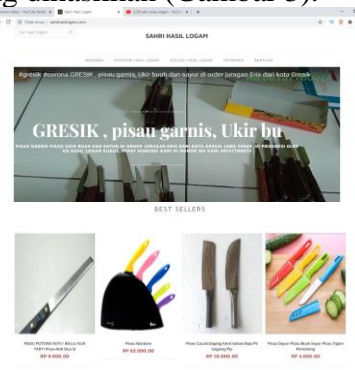
Gambar 1. Observasi Lapangan

Setelah observasi lapangan dilakukan dan alat pembuat gagang pisau telah dibuat, langkah selanjutnya diberikan pelatihan kepada karyawan UD. Hasil Logam untuk mengoperasikan alat pembuat gagang pisau berbahan dasar limbah plastik. Alat tersebut terbuat dari baja dengan sumber energi gas LPG sehingga lebih murah untuk proses produksi (Gambar 2).



Gambar 2. Pengoperasian Alat

Tahap selanjutnya adalah pembuatan web sebagai sarana pemasaran online dalam menghadapi pandemi Covid-19. Pembuatan web diawali dengan perancangan sistem dan database, coding dan pengisian konten web meliputi upload foto produk pisau, deskripsi produk dan profil UMKM UD. Hasil Logam. Web yang telah berhasil dibuat kemudian dihostingkan dengan alamat web www.sahrihasillogam.com. Web tersebut menampilkan profil industri kerajinan pisau UD. Hasil Logam beserta produk-produk pisau yang dihasilkan (Gambar 3).

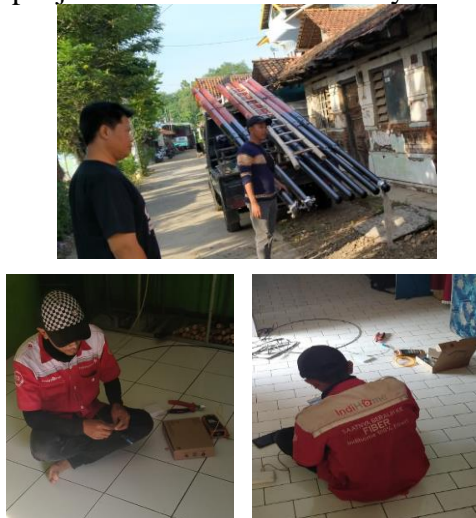


Gambar 3. Laman Web

Peningkatan Pemasaran UMKM Pisau Desa Hadipolo Kudus di Masa Pandemi Melalui Media Web dan Youtube

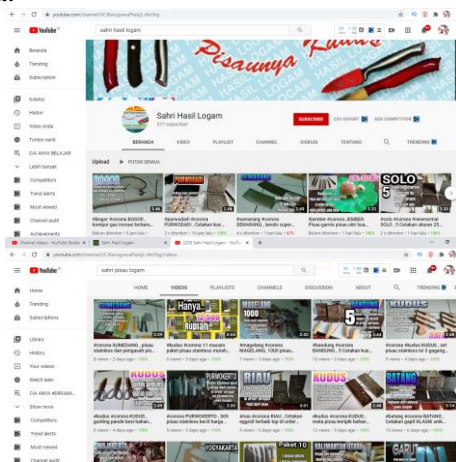
Arif Setiawan, Supriyono, Pratomo Setiaji, Putri Kurnia Handayani

Selanjutnya dilakukan proses penguatan akses online melalui pemasangan internet pada mitra UD. Hasil Logam. Pemasangan internet ini bekerja sama dengan provider atau penyedia layanan internet (Gambar 4). Pemasangan internet sebagai infrastruktur yang mendukung penggunaan web penjualan online dan channel youtube.



Gambar 4. Pemasangan Internet

Tahap terakhir dari kegiatan PPPUD ini adalah pendampingan dan pembuatan channel youtube sebagai sarana promosi untuk memperluas pangsa pasar. Channel youtube dengan nama Sahri Hasil Logam (Gambar 5) berisi katalog produk logam yang dihasilkan mitra.



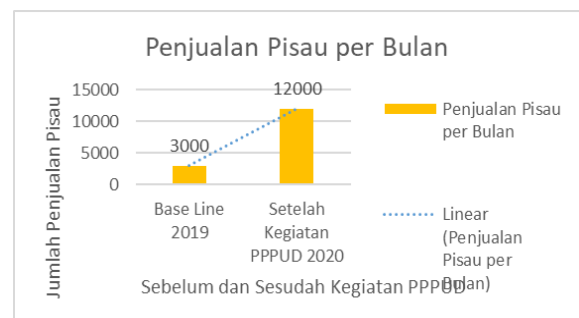
Gambar 5. Channel Youtube

Setelah semua tahapan dilakukan, selanjutnya adalah proses evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan dalam rangka peningkatan pemasaran produk pisau melalui media web dan youtube. Dari hasil evaluasi

dapat diketahui kenaikan omzet UD. Hasil Logam setelah diterapkan strategi pemasaran melalui web online dan channel youtube. Secara umum hasil evaluasi peningkatan mitra dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Peningkatan Mitra

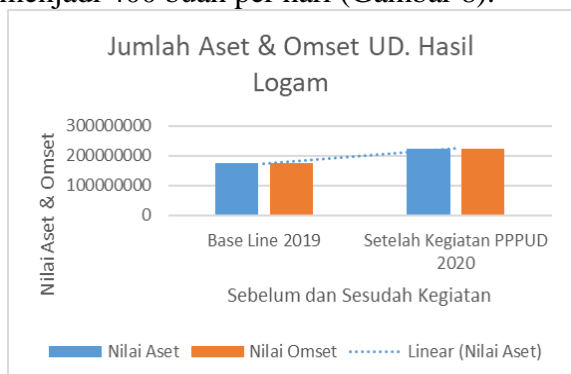
Domain	Base line	Hasil Setelah Kegiatan
Suplai bahan baku gagang pisau.	Bahan baku gagang kayu, Kayu: 100 gagang per hari.	Bahan baku kayu & plastik, Kayu: 100 gagang per hari Plastik: 300 gagang per hari.
Produk.	Pisau gagang kayu.	Pisau gagang kayu & plastik dengan model dan warna gagang lebih variatif.
Jumlah Produksi.	3000 pisau/bulan.	12.000 pisau/bulan.
Pemasaran.	Area lokal kudus, jawa tengah & sekitarnya.	Tersebar ke seluruh Indonesia dan ekspor ke manca negara.
Produk Terjual (bulan Juli – Agustus 2020).	2500-3000 pisau/bulan.	11.500 – 12.000 pisau per bulan.
Nilai Aset dan Omset.	Aset: 175 juta Omset: 175 Juta	Aset: 225 juta Omset: 225 juta



Gambar 6. Peningkatan Penjualan

Peningkatan juga terjadi pada penjualan pisau dan nilai aset serta omzet setelah dilakukan kegiatan PPPUD. Sebelum dilakukan kegiatan PPPUD, jumlah penjualan pisau per bulan sebanyak 3.000 buah, sementara setelah dilakukan kegiatan PPPUD meningkat drastis menjadi 12.000 buah dalam sebulan (Gambar 6). Sedangkan peningkatan nilai aset dan omzet juga terjadi setelah dilakukan kegiatan PPPUD dari 175 juta

menjadi 225 juta (Gambar 7). Peningkatan juga terjadi pada jumlah produksi gagang pisau setelah penggunaan alat pembuat gagang pisau digunakan, dari 100 buah menjadi 400 buah per hari (Gambar 8).



Gambar 7. Peningkatan Nilai Aset & Omzet



Gambar 8. Produksi Gagang Pisau

D. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan PPPUD yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa: (1) program PPPUD sangat membantu perkembangan UMKM Pisau di Desa Hadipolo Kabupaten Kudus untuk tahun pertama, (2) program PPPUD membantu

dalam proses produksi, peralatan produksi dan pemasaran UMKM, (3) kegiatan tahun ke-2 bisa menambah kenyamanan para pekerja dalam proses produksi pisau, dan (4) kegiatan sampai bulan Agustus 2020 menunjukkan peningkatan produksi yang signifikan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah: (1) program PPPUD harus berjalan selama 3 tahun untuk memperbaiki semua cakupan aspek, bahan baku, produksi, manajemen, pemasaran, SDM, fasilitas dan finansial serta (2) program PPPUD harus bisa mendorong UMKM mitra agar bisa menembus pasar ekspor.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Cleland, M.D. (2012). *Kondisi Perekonomian Indonesia*, Retrieved from www.perpektifbiru.com.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Kudus. (2017). *Data UMKM Kabupaten Kudus*. Kudus
- Team, D. M. (2017). *Pengertian dan Manfaat Pemasaran Online*. Retrieved from <https://blog.arfadia.com/pengertian-dan-manfaat-pemasaran-online/>.
- Wahyuningsih, R. (2021). *10 Media Online untuk Melakukan Promosi Bisnis*. Retrieved from <https://www.cermati.com/artikel/10-media-online-untuk-melakukan-promosi-bisnis>.