

## STRATEGI PEMASARAN UMKM KERAJINAN PAHAT KAYU SEBAGAI CIRI KHAS DESA TANJUNGSARI KECAMATAN KUTOWINANGUN KABUPATEN KEBUMEN

Dimas Satriantara Pratama <sup>1)</sup>, Fitriana Nur Ashikin <sup>2)</sup>, Puri Aprilia Widiyanti <sup>3)</sup>, Tania Apriani Hidayat <sup>4)</sup>, Tiki Robani <sup>5)</sup>

<sup>1,5)</sup> Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Wijayakusuma Purwokerto  
Jalan Raya Beji Karangsalam No 25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152

e-mail: <sup>1)</sup> [satriantarad@gmail.com](mailto:satriantarad@gmail.com), <sup>5)</sup> [robtiki10@gmail.com](mailto:robtiki10@gmail.com)

<sup>2,4)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Jalan Raya Beji Karangsalam No 25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152

e-mail: <sup>2)</sup> [fitriananurashikin23@gmail.com](mailto:fitriananurashikin23@gmail.com), <sup>3)</sup> [taniapriyanih@gmail.com](mailto:taniapriyanih@gmail.com),

<sup>3)</sup> Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Jalan Raya Beji Karangsalam No 25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152

e-mail: <sup>3)</sup> [apriiaputri4568@gmail.com](mailto:apriiaputri4568@gmail.com)

### Info Artikel

**Diajukan: 10 Juni 2024**

**Diterima: 19 Juli 2024**

**Diterbitkan: 12 Agustus 2024**

#### Kata Kunci:

Barang Bekas;  
Menabung; Sosialisasi  
Menabung; Tabungan

#### Keywords:

Saving; Socialization;  
Secondhand Stuff;  
Socializing

Copyright © 2024 penulis

### Abstrak

Perkembangan zaman yang sangat pesat saat ini berpengaruh juga pada strategi pemasaran, yang mulanya konvensional menjadi modern, salah satu bentuk upayanya adalah dengan melakukan digitalisasi marketing melalui media sosial dan pembuatan kartu nama. Pada dasarnya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. UMKM dapat menjadi ciri khas suatu daerah, salah satunya di desa Tanjungsari yang mempunyai potensi sebagai ciri khas daerah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu melalui survey lapangan secara langsung pada UMKM kerajinan hadi suripto. Hasil dari kegiatan ini adalah; 1) Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan dapat meningkatkan daya saing dan berpengaruh langsung pada pendapatan UMKM ; 2) Pelatihan digital marketing sebagai sarana penting bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan keterampilan dalam memasarkan produk secara daring maupun langsung dalam bentuk pembuatan Instagram, Linktree, Kartu nama dan Vidio promosi; 3) Diharapkan produk UMKM Hadi Suropto dapat menjadi pendorong ciri khas di Desa Tanjungsari.

### Abstract

The rapid development of today's era also has an influence on marketing strategies, from conventional to modern, one form of effort is to digitalize marketing through social media and making business cards. Basically, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the meaning of enterprises or businesses carried out by individuals, groups, small business entities or households. MSMEs can become a characteristic of a region, one of which is Tanjungsari village which has the potential to become a regional characteristic. This research is descriptive research with qualitative methods. The data collection technique used was through direct field surveys on Hadi Suropto craft MSMEs. The results of this activity are; 1) The implementation of marketing strategies can increase competitiveness and have a direct effect on MSME income; 2) Digital marketing training as an important

means for MSMEs to develop skills in marketing products online and directly in the form of creating Instagram, Linktree, business cards and promotional videos; 3) It is hoped that Hadi Suropto's MSME products can become a characteristic driver in Tanjungsari Village.

## PENDAHULUAN

Strategi pemasaran digital adalah rencana yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran melalui *platform* digital seperti website, sosial media, dan *e-commerce*. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan identitas khas mereka melalui platform digital dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan secara efektif. Strategi pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk menciptakan identitas khas mereka melalui *platform* digital dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan secara efektif. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan identitas khas mereka melalui *platform* digital dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan secara efektif. Strategi pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk menciptakan identitas khas mereka melalui *platform* digital dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan secara efektif. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan identitas khas mereka melalui platform digital dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan secara efektif. Strategi pemasaran digital memungkinkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerajinan pahat kayu Desa Tanjungsari untuk menciptakan identitas khas mereka melalui *platform* digital seperti website, sosial media, dan *e-commerce*. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan branding yang unik dan menggabungkan tradisi kayu dengan teknologi digital. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital, UMKM kerajinan pahat kayu Desa Tanjungsari dapat mencapai tujuan pemasaran yang jelas, seperti mengembangkan pasar baru, mengatasi kompetisi, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Strategi ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif dan efisien.

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan jaringan internet. Ini merupakan suatu usaha untuk mempromosikan merek dengan menggunakan media digital pribadi dan relevan. Pemasaran digital melibatkan kegiatan seperti branding yang menggunakan berbagai media seperti blog, website, email, adwords, dan berbagai platform media sosial. Perkembangan teknologi telah memperluas definisi pemasaran, dengan dua jenis utama yaitu *online* dan *offline*. Menurut penelitian, penerapan digital *marketing* sebagai strategi pemasaran melibatkan penggunaan teknologi informasi untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Digital *marketing* telah menjadi strategi utama bagi banyak bisnis sejak tahun 2014, membantu dalam memperluas cakupan pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan dengan konsumen. Strategi pemasaran dalam digital *marketing* melibatkan langkah-langkah seperti membangun hubungan dengan teknologi digital, membedakan antara perangkat digital tradisional dan modern, serta menerapkan strategi efektif untuk mempromosikan produk dan jasa secara *online*. Dengan demikian, hubungan antara digital marketing dan strategi pemasaran sangat erat karena digital marketing merupakan salah satu cara efektif untuk mengenalkan produk kepada masyarakat luas melalui media digital yang relevan dan *up-to-date*.

Secara geografis dan secara administratif serta data pada tahun 2021 Desa Tanjungsari merupakan salah satu dari 19 Desa di Kecamatan Kutowinangun dan memiliki luas wilayah 207,44 Ha. Koordinat Bujur 109.743,773 Koordinat lintang -7.700341 Ketinggian di atas permukaan laut 17 Meter . Kode pos 54393 Sebelah utara berbatasan dengan Desa Karangsari, Sebelah barat berbatasan dengan Desa Pesalakan, Sebelah timur berbatasan dengan Desa Babadsari, Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Lundong. Lahan di Desa Tanjungsari sebagian besar merupakan tanah sawah 60% dan tanah kering sebesar 40% . Jumlah penduduk desa Tanjungsari berdasarkan data dari pemerintahan desa pada tahun 2021 sebesar 3473 jiwa yang terdiri dari 1.755 laki-laki, dan 1.718 perempuan yang berasal dari 1.158 KK.

Berdasarkan kondisi geografis dan hasil *observasi* tersebut, maka potensi utama Desa Tanjungsari adalah komoditas pengrajin kayu, yaitu khusus nya pembuatan mebel seperti kursi, meja, tempat tidur, lemari, dan yang lain sebagainya. Target dan luaran sebagai produk program KKN pada kerajinan tangan Bapak Hadi Suropto dan Bapak Wawan di Desa Tanjungsari sebagai program kerja utama unggulan dari kelompok 7. Harapan kami dengan berkoordinasi serta berkolaborasi dengan Dinas Sosial, kami memiliki tugas dengan misi perawatan, pemberdayaan, pengembangan, dan produksi massal. Salah satu strategi pemasaran yang dipakai oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini adalah melalui digital *marketing* menggunakan media sosial, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bapak Hadi Suropto yang merupakan pengrajin pahat kayu di Desa Tanjungsari.

Kerajinan Hadi Suropto adalah salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di desa Tanjungsari bergerak dalam bidang kerajinan pahat kayu seperti pipa rokok, patung mulai dari ukuran besar sampai ukuran kecil, miniatur truk, hiasan dinding dan lain-lain sesuai pemesanan. Kerajinan tersebut merupakan hasil karya langsung dari tangan beliau yang menjadi ciri khas dari ukiran kerajinan tersebut.

## METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini berupa kegiatan pemberdayaan ekonomi kerakyatan melalui UMKM sebagai pengentasan kemiskinan yang dilaksanakan melalui UMKM Hadi Suropto di Desa Tanjungsari. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada hari senin, 5, 18, 21, 22, 23, 27 Februari, 1 Maret 2024. Kegiatan UMKM ini merupakan salah satu program Unggulan dari mahasiswa KKN Desa Tanjungsari. Kegiatan UMKM ini diawali dengan survei lokasi awal dan pendekatan dengan pihak UMKM Bapak Hadi Suropto di Desa Tanjungsari. Selanjutnya, rencana kegiatan penyuluhan UMKM untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dalam UMKM tersebut. Setelah melakukan penyuluhan selanjutnya pelaksanaan kegiatan pembuatan video promosi untuk UMKM Hadi Suropto pada tanggal 18, selanjutnya pembuatan linktree pada tanggal 21, setelah pembuatan linktree dilanjutkan dengan pembuatan pipa rokok pada tanggal 22, dan dilanjutkan pada tanggal 23 pembuatan kartu nama untuk UMKM tersebut, selanjutnya pada tanggal 27 pembuatan titik koordinat *Google Maps*. Selanjutnya koordinasi pembuatan plang jalan sebagai peninggalan mahasiswa KKN untuk Desa Tanjungsari pada tanggal 1 Maret, dan dilanjutkan pembuatan plang jalan pada tanggal 3 maret. Selanjutnya hasil kegiatan diukur dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah pendekatan yang dirancang untuk mendeskripsikan dan menggambarkan karakteristik subjek pengamatan atau fenomena yang sedang dipelajari. Dalam metode ini, mahasiswa KKN Desa Tanjungsari mengumpulkan data dan informasi yang selanjutnya dianalisis untuk menjelaskan atau mendeskripsikan keadaan atau fenomena yang ada di lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan untuk membantu kendala pada pelaku UMKM kerajinan tangan pak hadi suripto dengan metode media promosi berjalan dengan baik sesuai dengan rencana dan jadwal yang telah di tentukan. Adapun rangkaian uraian kegiatan sebagai berikut:

1. Pembukaan

Kegiatan dalam membantu kendala pelaku UMKM kerajinan tangan Pak Hadi Suropto dengan metode media promosi diawali dengan perkenalan anggota KKN kelompok 7 sekaligus meminta izin untuk menggunakan UMKM kerajinan tangan Pak Hadi Suropto sebagai program kerja utama. Setelah mendapatkan izin dan akses untuk melibatkan UMKM Pak Hadi Suropto sebagai program utama selanjutnya menanyakan beberapa kendala yang dialami pada pelaku UMKM tersebut.

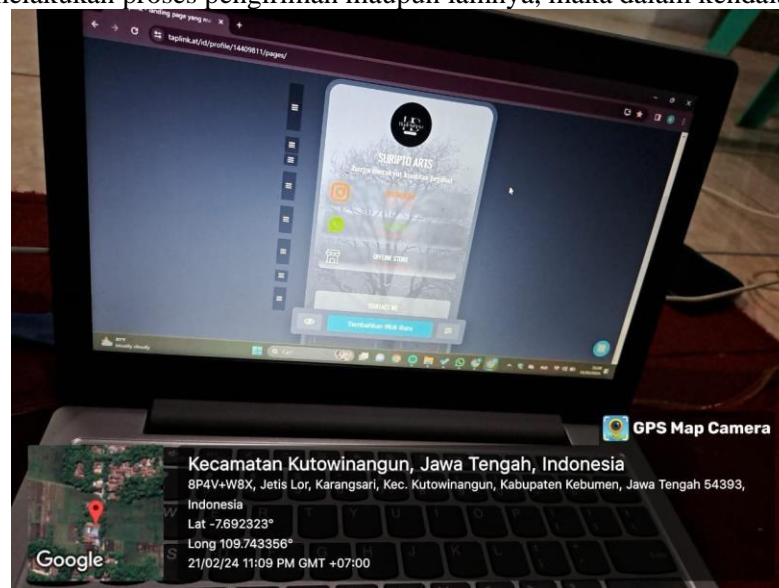


Sumber: Dokumentasi Kegiatan

Gambar 1. Perkenalan Anggota KKN kepada Bapak Hadi Surtpto dan Bapak Wawan

## 2. Kendala dan Solusi

Setelah perkenalan selanjutnya menanyakan kendala yang dialami oleh UMKM Kerajinan Tangan Pak Hadi Surtpto, kendala yang dialami seperti pelaku umkm tersebut kesulitan untuk menghandle atau mengoperasikan alat elektronik seperti HP dalam melakukan proses pengiriman maupun lainnya, maka dalam kendala tersebut.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan

Gambar 1. Pembuatan Linktree

## 3. Pelaksanaan Pembuatan Media Promosi

Rangkaian selanjutnya adalah pelaksanaan dalam media promosi, media promosi yang digunakan dengan membuat akun media sosial seperti pembuatan instagram, linktree, kartu nama, vidio promosi. Pembuatan akun instagram dilakukan untuk memamerkan atau mempromosikan foto maupun vidio dari kerajinan tersebut dikarenakan instagram merupakan media sosial yang populer di kalangan anak muda, hal tersebut sesuai dengan sasaran yaitu mengenalkan dan meningkatkan minat anak muda akan kerajinan tangan yang kini mulai memudar di kalangan anak muda, maka



diharapkan dengan adanya media instagram kerajinan tangan tersebut dapat memudahkan seseorang saat mencari suatu kerajinan tangan. Pembuatan linktree ditujukan untuk memudahkan masyarakat mencari informasi secara lengkap dalam satu website. Pembuatan kartu nama digunakan sebagai media pengenalan yang memuat informasi kontak yang juga dapat diberikan kepada pelanggan secara langsung. Pembuatan konten dalam bentuk vidio menarik sehingga dapat memikat peminat kerajinan tangan hadi suripto.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan  
Gambar 2. Pembuatan Kartu Nama

#### 4. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Penelitian deskriptif adalah salah satu metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena yang sedang diteliti. Metode ini cenderung lebih fokus pada pembahasannya dan menggambarkan objek penelitiannya secara mendetail dan mendalam. Penelitian deskriptif tidak digunakan untuk menyusun kesimpulan penelitian secara umum, tetapi digunakan untuk menggambarkan objek penelitiannya secara mendetail dan mendalam.

#### 5. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh hasil kegiatan yang dilakukan tim KKN Desa Tanjungsari di Kerajinan Hadi Suropto maka dapat disimpulkan bahwa 1) Penerapan strategi pemasaran yang telah dilakukan dapat meningkatkan daya saing dan berpengaruh langsung pada pendapatan UMKM terkait; 2) Pelatihan digital marketing merupakan sarana penting bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan keterampilan dalam memasarkan produk secara daring maupun langsung; 3) Diharapkan produk UMKM Hadi Suropto dapat menjadi pendorong ciri khas di Desa Tanjungsari.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan seluruh hasil kegiatan yang dilakukan tim KKN Desa Tanjungsari di Kerajinan Hadi Suropto maka dapat disimpulkan bahwa 1) Penerapan strategi pemasaran yang telah dilakukan dapat meningkatkan daya saing dan berpengaruh langsung pada pendapatan UMKM terkait; 2) Pelatihan digital marketing merupakan sarana penting bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan keterampilan dalam memasarkan produk secara daring maupun langsung; 3) Diharapkan produk UMKM Hadi Suropto dapat menjadi pendorong ciri khas di Desa Tanjungsari.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Husnul, (2023, June 12). Digital Marketing adalah Strategi Pemasaran Menggunakan Media Digita Kenali Kelebihannya. Retrieve from [https://www.researchgate.net/publication/376620468 Penerapan Digital Marketing S e sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo](https://www.researchgate.net/publication/376620468_Penerapan_Digital_Marketing_S_e_bagai_Strategi_Pemasaran_UMKM_Studi_Kasus_Batik_Tedjo)
- Amalia, Riska, etc, (2023, December). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. Retrieve from [https://www.researchgate.net/publication/376620468 Penerapan Digital Marketing S e sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo](https://www.researchgate.net/publication/376620468_Penerapan_Digital_Marketing_S_e_bagai_Strategi_Pemasaran_UMKM_Studi_Kasus_Batik_Tedjo)
- Gumilang, Nanda Akbar, (2021). Penelitian Deskriptif Adalah: Pengertian, Kriteria, dan Ciri-cirinya. Retrieve from <https://www.gramedia.com/literasi/penelitian-deskriptif/>
- Koesoemasari, D. S. P., Urip, C. R., & Suciningtyas, S. (2022). Digital marketing untuk meningkatkan kinerja usaha mikro kecil dan menengah. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 120-125.
- Pangestika, Witdya, (2023, October 19). Digital Marketing: Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis. Retrieve from <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- Pahlephi, Rully Desthian, (2022, August 9). Karakteristik Adalah: Pengertian dan Jenisnya. Retrieve from <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6223117/karakteristik-adalah-pengertian-dan-jenisnya>
- Pasla, Bambang Niko, (2023, March 22). Digital Marketing: Definisi, Jenis, dan Strategi. Retrieve from <https://pasla.jambiprov.go.id/digital-marketing-defenisi-jenis-dan-strategi>
- Priyatama, T., Danuta, K. S., Rochmawati, A., Sustriana, I., & Firdaus, N. T. Q. (2024). MANFAAT AKUNTANSI BAGI UMKM DALAM RANGKA MENINGKATKAN NILAI PEREKONOMIAN DI UMKM TAHU IZAZ DESA LIMBANGAN, KECAMATAN KUTASARI, PURBALINGGA. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 133-142.
- Retnowati, D., & Jati, D. (2023). Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sabusa Roll. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 40-43.
- Saputra, Harmawan Teguh, Ferda Maryatul Rif'ah, and Bayu Andrianto Andrianto. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship* 1.1 (2023): 29-37.
- Setiawan, H. (2023). UMKM KREATIF DAN INOVATIF BERBASIS DIGITAL: UMKM KREATIF DAN INOVATIF BERBASIS DIGITAL. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15-21.

- Sumantri, P. E. (2023). Pemanfaatan Media Daring Bagi UMKM Desa Padaherang Di Era 4.0. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 109-115.
- Sundari, S., Wijayanto, W., Nur'aini, U. D., Rahmawati, U., Safi, T. A. S., & Alfian, E. I. (2024). IDENTIFIKASI PEMASARAN ONLINE YANG EFEKTIF PADA UMKM BAKSO GORENG ISI PAK DADANG. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 143-148.
- Surveyandini, M., & Wijayanto, W. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Yang Efektif Di Era Digitalisasi. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 10-14.
- Suzana, A. J., Setiawan, H., Zuhaena, F., & Ainayah, G. Z. (2022). MENINGKATKAN MANAJEMEN USAHA PADA UMKM WING PASTRY & SNACK. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 183-187.
- Wicaksono, Punto, (2024, February 1). Pengertian Digital Marketing Menurut Para Ahli. Retrieve from <https://www.justaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>
- Yulianto, P. (2023). POTENSI PENGEMBANGAN DESA WISATA TERINTEGRASI YANG BERKELANJUTAN: STUDI KASUS DESA KEBOCORAN, KECAMATAN KEDUNGBANTENG, KABUPATEN BANYUMAS. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 281-291.
- Zahran, Zianggi Fadhil, (2021). Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya. Retrieve from <https://www.gramedia.com/literasi/strategi-pemasaran/>