



Pemanfaatan Digital Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Pemasaran Pandai Besi Rumbio Dengan Menggunakan Digital Marketing

Agus Sutikno¹, Tito Handoko², Angga Pramana^{3*}, Yelmira Zalfiatri³, Yelly Zamaya⁴, Harsanto Mursyid⁵

¹Jurusan Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Riau, Pekanbaru

²Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas ilmu social dan politik, Universitas Riau, Pekanbaru

³Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau, Pekanbaru

⁴Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Pekanbaru

⁵Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Riau, Pekanbaru

e-mail : pramana.angga@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Teratak Village is one of the villages that has a blacksmith center that focuses on the production of plantation harvesting equipment. The potential of the blacksmith business in Teratak village, Rumbio Jaya District is very interesting to be in Kembangan through devotion in utilizing digital technology. The use of websites, social media in this digital era websites are very important by business people to help the buying and selling process widely, easily, and as a means of promoting the potential of the village. The process of developing a blacksmith micro-business in the Teratak village of Rumbio Jaya District, Kampar Regency, experienced an incomprehension using technology and very limited capital. After conducting education and assistance in community service activities through the Abdimas integration KKN program, the community has the knowledge and ability to empower websites and social media to do Go digital marketing.

Kata kunci : Blacksmith, Go Digital, Rumbio Jaya Steel

1. Pendahuluan

Provinsi Riau merupakan provinsi dengan luas perkebunan sawit terluas di Indonesia yaitu 3,38 juta ha atau 20,68% dari total luas areal perkebunan kelapa sawit yang tersebar di 26 provinsi. Kelapa sawit ialah tanaman yang menghasilkan minyak tertinggi di setiap hektarnya, setiap produksinya dibutuhkan kemampuan yang tinggi, manajemen yang harus rapih bahkan pekerja yang harus disipilin dan rajin. Dalam setiap pengolahan kelapa sawit pasti ada alat yang dapat memudahkan setiap produksi dan tahap proses kelapa sawit.

Terkait dengan ini, masyarakat Rumbio Jaya mempunyai usaha yakni sentra besi, adalah tempat pengrajin dan pengukir besi yang sebelumnya besi tidak berbentuk sampai besi yang dapat digunakan untuk proses memanen, Industri pandai besi merupakan suatu usaha perorangan yang bergerak dibidang pertukangan besi. Seseorang yang menunjukkan perannya dan terbukti kemahirannya, biasanya diakui pakar di dalam bidang tersebut. Kemahiran pandai besi pada awalnya tertumpu pada pembuatan senjata-senjata tradisional seperti keris, parang dan pedang yang diturunkan secara turun temurun yang melibatkan segala potensi yang ada di dalam keluarganya dan masyarakat sekitar. Namun, pada perkembangannya terjadi peralihan dari pembuatan senjata tradisional ke alat-alat pertanian/ perkebunan. Berjalannya waktu alat yang dibuat semakin banyak jenis dan manfaat yang berbeda.

Salah satunya yaitu proses memanen kelapa sawit, ada banyak sekali alat yang telah di buat guna memudahkan untuk menanen kelapa sawit. Dalam setiap pengrajin pandai besi pasti mempunyai keahlian dan kepandaian tersendiri. Salah satu cara untuk meningkatkan produksi industri pandai besi dengan melakukan pembinaan terhadap masyarakat tempat industri pandai besi itu berada. Keberhasilan dalam menekuni usaha pandai besi ini ditentukan oleh banyak faktor, diantaranya manajemen usaha, pemasaran dan teknologi. Sentra Pandai Besi ini peru dibina dan perlu di kembangkan sesuai perkembangan zaman, sentra pandai besi yang ada di Desa Tertak Rumbio Jaya agar menjadi usaha yang semakin maju di kalangan usaha lainnya.

Terdapat informasi dari pengrajin pandai besi sendiri, mereka membuat kreasi itu dimulai dari besi yang tidak berbentuk menjadi besi yang dapat digunakan seperti pisau, eggrek dan lain-lain. Pada awalnya hanya beberapa orang yang menjadi pengrajin hingga akhirnya masyarakat desa Teratak semakin banyak . ada tiga desa yang mayoritas masyarakatnya menjadi pengrajin pandai besi, selain desa teratak ada juga desa simpang petai dan pulau payung yang semuanya berada di kecamatan rumbio jaya. Selama ini mereka memasarkan produknya secara individu bahkan sudah ada yang mengirimkan produknya hingga ke Kalimantan, aceh dan provinsi lainnya. Menurut informasi yang di dapat dari salah satu informan kelompok usaha pandai besi Rumbio Jaya, Usaha industri besi yang berada di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar berdiri awal dari tahun 1951, dimana pada

mulanya usaha industri kerajinan besi ini hanya membuat senjata yang digunakan untuk keperluan masyarakat. Usaha industri besi ini hanya dilakukan oleh pribadi yang tempatnya di rumah masing-masing, sehingga tidak memberikan nilai tambah terhadap hasil pendapatannya.

Kabupaten Kampar memiliki banyak usaha pandai besi terutama di Kecamatan Rumbio Jaya yang usahanya sangat bagus dan mulai berkembang. Usaha pandai besi di Kecamatan Rumbio Jaya merupakan salah satu usaha mikro yang sudah mendarah daging dan turun temurun yang ada di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar dan menjadikan peningkatan ekonomi masyarakat, kerajinan usaha pandai besi tidak lepas dari faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Salah satu faktor pendukungnya adalah bahwa usaha pandai besi merupakan salah satu kerajinan usaha yang berperan mendukung atau membantu pekerjaan yang tentunya memiliki banyak peminat dan permintaan dari konsumen dan pasaran terhadap usaha tersebut mengenang lokasi tempat usaha adalah lokasi perkebunan kelapa sawit dan karet, sehingga usaha pandai besi harus meningkatkan produksinya untuk memenuhi permintaan konsumen baik itu di dalam daerah maupun luar daerah sampai Negara tetangga. Pekerjaan atau usaha industri besi yang berada di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar masuk di industri kerajinan usaha pribadi yang mana industri ini telah menjalar dan bersertifikat SNI. Pemasaran dan bahan baku untuk pembuatan alat-alat pertanian dibiayai dan di sediakan oleh koperasi yang bekerja sama dengan PTPN V. Dengan adanya PTPN V ini sangat memudahkan para pekerja dalam proses pemasokan bahan baku dan pemasaran.

Bersertifikat SNI merupakan hal yang di tunggu-tunggu karena setelah lama mendapatkan pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat lokal, banyak produk yang di hasilkan di sentra rumbio jaya steel ini (RJS) semuanya merupakan produk perkebunan yang di gunakan oleh masyarakat setempat. Dengan mengantongi sertifikat mutu standar nasional Indonesia dari badan standarisasi nasional pertama di Indonesia untuk usaha mikro. Ada dua produk yang berhasil mendapatkan label SNI yaitu Dodos dan Egrek. Dalam melakukan pemasaran kelompok pandai besi ini juga membentuk sebuah koperasi yang bertujuan untuk mengolah dan mengendalikan pemasukan yang di hasilkan oleh industri kelompok pandai besi. Proses pemasaran yang di lakukan oleh kelompok pandai besi rumbio ini masih bersifat pribadi dengan menggunakan akun marketplace masing-masing sehingga tidak ada yang bertanggung jawab dalam proses pemasaran secara keseluruhan, di bentuknya koperasi yang bertujuan untuk mendata serta syarat

dalam menjalin kerja sama dengan PTPN V sebagai distributor dan konsumen pandai besi rumbio

Berdasarkan penjelasan di atas, usaha pandai besi yang berada di desa teratak, Kecamatan Rumbio Jaya sangat menarik untuk dijadikan penelitian dan laporan kukerta integrasi abdimas dalam sebuah tulisan. Dapat di lihat juga bagaimana proses pemasaran secara digital yang di jalankan serta unsur normatif transaksinya dengan faktor-faktor pengembangan usaha pandai besi. Fokus kajian dan pembahasan dalam tulisan ini adalah Bagaimana pengembangan usaha pandai besi di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar? Bagaimana proses pemasaran secara digital yang di jalankan? Dan bagaimana sistem penjualan dengan menggunakan teknologi melalui marketplace dan media pemasaran lainnya?

Proses dari penelitian ini sebagai bantuan penulis dalam mengembangkan dan laporan dari kukerta integrasi abdimas desa teratak dengan fokus penelitian yaitu “ pemberdayaan kelompok pandai besi rumbio desa teratak dalam pengembangan usaha industri pandai besi menuju go green dan go digital di kecamatan rumbio jaya kampar” dengan adanya tulisan ini diharapkan dapat menambah manfaat langsung pada pengusaha dan pengerajin pandai besi, serta menjadi panduan dalam memahami proses pemasaran secara digital yang di lakukan.

2. Metode Pengabdian kepada Masyarakat

Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Rumbio Jaya ini dengan metode kualitatif yang menggunakan Analisa data secara deskriptif kualitatif serta digunakan untuk menyelidiki , menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas, diukur atau digambarkan melalui pendekatan wawancara dan observasi. Adapun lokasi penelitian yang akan penulis lakukan yaitu usaha mikro pandai besi terdapat di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar.

Informan penelitian yang di tetapkan adalah ketua organisasi usaha mikro pandai besi dan seluruh pengerajin pandai besi beserta pemerintah dan tokoh adat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang di dapat di olah dan di tulis dengan menggunakan Bahasa yang mudah di pahami sehingga pembaca dapat memaham tulisan ini dengan baik.

Analisis data dilakukan dengan tahapan pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam proses pelaporan agar hasil yang di dapat sesuai dengan data yang sama di

lapangan proses yang di jalankan dengan cara melihat proses pembuatan produk dari pengerajin pandai besi serta mewawancarai ketua organisasi usaha mikro pandai besi untuk mengetahui kondisi dan strategi serta output pemasaran yang di jalankan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Upaya digital marketing pandai besi di desa Teratak

Desa Teratak adalah salah satu desa yang terletak di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Desa teratak ini memiliki potensi pada produksi alat perkebunan. Produk-produk yang banyak di produksi oleh masyarakat pengrajin besi ini adalah dodos eggerek dan parang. Produk alat pertanian ini di perlukan sekali oleh masyarakat di sekitar kabupaten Kampar karena kebanyakan mereka berprofesi sebagai petani sawit. Produk yang dihasilkan kebanyakan sudah memiliki standar SNI namun pada proses pemasarannya produk-produk ini memiliki pasar yang cukup terbatas akibat hanya menjalankan pemasaran secara konvensional (manual). Proses ekspansi yang luas perlu dilakukan agar usaha ini tetap berjalan namun permasalahan biaya pemasaran apabila dilakukan secara konvensional dirasa kurang efektif. Salah satu upaya yang dapat di lakukan adalah dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran atau di sebut dengan Digital Marketing.

Digital Marketing merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran (Naimah et al., 2020)(11). Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu (Kerdipitak, 2022).

Pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran (Putri, 2016). Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa digital marketing merupakan pemasaran atas produk maupun jasa menggunakan internet dengan memanfaatkan web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan pemasaran serta target konsumen.

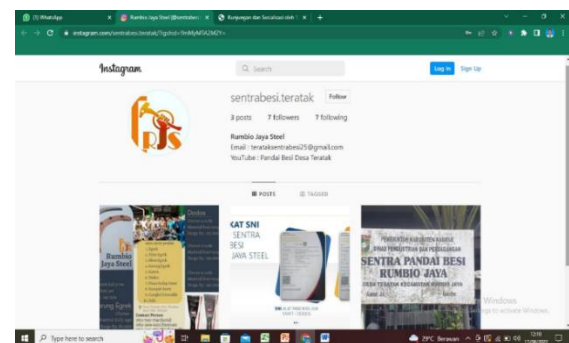
Pengabdian yang dilakukan di desa Teratak ini adalah penerapan konsep digital marketing pada industry pandai besi, sehingga akan muncul pangsa pasar baru dari berbagai daerah dengan memanfaatkan website dan sosial media sebagai sarana pemasaran (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Pemahaman diberikan kepada pandai besi agar mereka memahami manfaat dari digital marketing untuk usaha yang sehari-hari mereka jalankan. Masyarakat setelah di berikan pemahaman mengenai manfaat digital marketing menjadi paham bagaimana keuntungan apabila memberdayakan teknologi digital dalam mempromosikan dan penjualan produk mereka. Setelah masyarakat paham selanjutnya dilakukan pembuatan akun media sosial industry pandai besi.

3.2 Pembuatan media sosial

Masyarakat di desa Teratak ini di bantu untuk pembuatan akun social media berupa Instagram dan youtube. Tujuan pembuatan akun ini adalah sebagai sarana untuk dapat berinteraksi dengan pengguna media social lainnya (Cendana, 2019). Media social dapat menghubungkan masyarakat dengan jarak yang jauh untuk membentuk suatu ekosistem social baru berdasarkan pemitannya. Instagram merupakan salah satu sosial media yang digunakan untuk mempromosikan produk atau menciptakan branding dan proses pemasaran yang dilakukan (Mulitawati dan Retnasary, 2020). Selain itu, instagram dapat digunakan sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli produk dan komunikasi antara pengusaha dengan konsumen.

Link instagram :

<https://instagram.com/sentrabesi.teratak?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



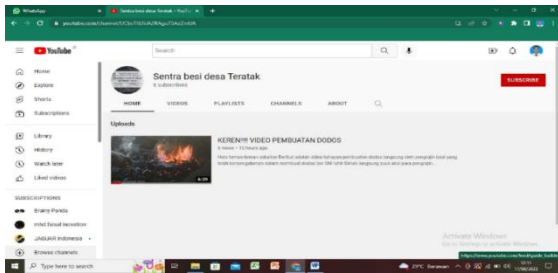
Gambar 1. Tampilan Instagram sentra.besiteratak

Gambar tersebut menunjukkan tampilan instagram usaha pandai besi yang mempromosikan berbagai jenis alat pertanian dengan kualitas dan spesifikasi yang sudah di lampirkan di brousur serta alamat tempat pemesanan.

Youtube merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan barang lebih jelas dalam sajian video. Pemaparan menggunakan

video di website youtube lebih efisien untuk memberikan pemahaman kepada penonton mengenai detail spesifikasi barang. Pemanfaatan youtube juga bertujuan untuk menciptakan branding di masyarakat yang menonton youtube meskipun jarak jauh. Branding sangat penting dilakukan, karena branding dapat meningkatkan kepercayaan dan interest penonton tentang produk atau isu yang disajikan (Khalisha et al., 2019).

Link youtube : https://youtu.be/FIS_on7WrgQ



Gambar 2. Tampilan youtube pandai besi teratak

Gambar di atas merupakan youtube yang akan di kelola untuk memudahkan dalam hal pemasaran sehingga bisa lebih meningkatkan program unggulan dengan menggunakan media sosial dan digital marketing.

3.3 Pembuatan Webiste pandai besi

Website yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan agar usaha dapat bersaing dalam search engine (Muharam dan Persada, 2020). Pembuatan website dilakukan agar produk pandai besi dari desa teratak menjadi pencarian yang teratas saat pengguna internet lain melakukan pencarian kata kunci terkait produk yang di hasilkan di desa teratak. Selain itu website tersebut juga mampu menampilkan informasi-informasi mengenai produk yang ditawarkan (Martin dan Tanaamah, 2018). Adanya website pandai besi ini dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan, transaksi bisnis, dan dapat dijadikan sebagai sarana promosi dan pemasaran. Berikut tampilan website pandai besi.

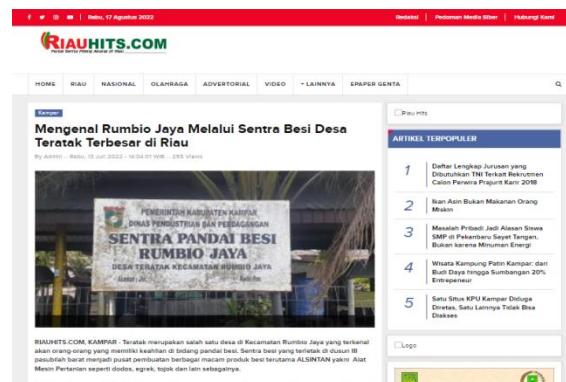
Link website pandai besi : <http://www.pandaibesikampar.com/>



Gambar 3. Tampilan situs www.pandaibesikampar.com

3.4 Optimasi Pencarian kata Kunci Pandai besi.

Optimasi pencarian kata kunci ini sering di sebut dengan Search Engine Optimization (SEO) (Hernawati, 2019). Langkah ini sangat banyak dilakukan oleh pengguna internet agar produk yang mereka tawarkan dapat langsung di temukan oleh pengguna internet lain yang tertarik dengan jenis produk yang di tawarkan. SEO dapat di lakukan dengan memperbanyak konten di social media dan juga publikasi melalui berita sehingga dengan begitu pencarian kalimat terkait akan semakin tinggi (Pratomo et al., 2019). Langkah yang dilakukan dalam pengabdian ini berupa optimasi pemberitaan online terkait industry pandai besi di desa Teratak.



Gambar 4. Publikasi terkait pandai besi di desa Teratak

4. Kesimpulan

Pengabdian yang dilakukan di desa Teratak kecamatan rumbio jaya menghasilkan beberapa manfaat dari penerapan digital marketing. Masyarakat desa teratak menerima pengabdian yang

menghasilkan social media, website dan optimasi kepada pemanfaatan internet.

Daftar Rujukan

- Cendana, M. 2019. Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Keberlangsungan Bisnis Ukm. *Journal Community Development and Society*. 1(1): 1–10.
- Febriyantoro, M. T., dan D. Arisandi. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*. 1(2): 61–76.
- Hernawati, K. 2019. Optimalisasi Seo (Search Engine Optimizer) Sebagai Upaya Meningkatkan Unsur Visibility Dalam Webometric. *Optimalisasi Seo (Search Engine Optimizer) Sebagai Upaya Meningkatkan Unsur Visibility Dalam Webometric*. 1198–1209.
- Kerdipitak, C. 2022. The effects of innovative management, digital marketing, service quality and supply chain management on performance in cultural tourism business. *Uncertain Supply Chain Management*. 10(3): 771–778.
- Khalisha, G., N. Rachmadini, dan F. Kristoforus. 2019. Pengaruh Iklan Online Naratif Move On Trip Terhadap Sikap Penonton Media Sosial Youtube. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*. 1(2): 90–96.
- Martin, J., dan A. R. Tanaamah. 2018. Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Desktop Website Menggunakan Framework Bootstrap Dengan Metode Rapid Application Development, Studi Kasus Toko Peralatan Bayi 'Eeng Baby Shop.' *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 5(1): 57.
- Muharam, M., dan A. G. Persada. 2020. Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo. *Automata*. 1(2): 22–29.
- Mulitawati, I. M., dan M. Retnasary. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*. 4(1): 23.
- Naimah, R. J., M. W. Wardhana, R. Haryanto, dan A. Pebrianto. 2020. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*. 2(2): 39.
- Pratomo, A., E. Najwaini, A. Irawan, dan M. Risa. 2019. Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Nida Sasirangan. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*. 1(1): 35.
- Putri, L. T. 2016. Analisis peranan usaha rumahan (bisnis online) dalam peningkatan pendapatan masyarakat Kota Bangkinang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Journal of Business Studies*. 2(1): 1–14. Diambil dari <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/view/379>