

Transformasi Digital dalam Penguatan Promosi Produk Lokal “Kopiah Resam” Desa Dendang

M. Faisal Akbar^{1*}, Rozi Rozi², Misbahul Munir³, Fieska Yollanda⁴, Ulan Dari⁵, Nazarudin Nazarudin⁶

^{1, 2,3,4,5,6} Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung/Kab. Bangka

Email: * akbarf755@gmail.com, rozi@ubb.ac.id, misbahul@ubb.ac.id,

fieka.yollanda@gmail.com, ulandari.ulndry@gmail.com, nazarudingumbai@gmail.com

Abstract

Abstract Dendang Village is one of the villages located in West Bangka Regency, renowned for its crafted kopiah resam products produced by the villagers. This product is a result of a tradition inherited by the community of Dendang Village, passed down from generation to generation. Despite the high aesthetic value of the kopiah resam and its substantial potential for development as a distinctive regional tourist product, the promotion of this product remains ineffective and is still confined to the local market. With the advancement of information and communication technology, digital marketing emerges as an effective alternative to enhance online product promotion. Therefore, this community service project aims to assist the craftsmen of kopiah resam in Dendang Village in enhancing online product promotion through digital media. By employing digital marketing strategies, it is expected that the promotion of kopiah resam products can reach a broader audience and gain widespread recognition. Shopee technology is available but remains rudimentary, and no purchases have been made yet. The marketing and sales content for kopiah resam in Dendang Village, West Bangka, is still very basic and unappealing for various reasons. Hence, there is a need to increase understanding of effective marketing and sales strategies and develop attractive and accessible promotional and sales content for prospective buyers. Through these efforts, it is hoped that the buying interest and popularity of kopiah resam products in Dendang Village can significantly increase.

Keywords: *Kopiah Resam, Marketing, Digital Promotion, Online Store*

Abstrak

Desa Dendang terletak di Kabupaten Bangka Barat, terkenal dengan produk kerajinan “kopiah resam” buatan warga desanya. Produk ini merupakan warisan budaya yang telah diwariskan turun-temurun. Meski memiliki nilai estetika tinggi dan potensi sebagai produk wisata khas daerah, promosi produk ini masih terbatas pada pasar lokal dan kurang efektif. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, digital marketing menjadi solusi efektif untuk meningkatkan promosi produk secara online. Proyek pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membantu pengrajin kopiah resam di Desa Dendang untuk meningkatkan promosi produk secara online melalui media digital. Strategi digital marketing diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi produk dan membuatnya dikenal oleh masyarakat luas. Teknologi Platform digital marketplace sudah ada, namun masih sangat sederhana dan belum ada transaksi pembelian. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan pemahaman tentang pemasaran dan strategi

penjualan yang efektif, serta mengembangkan konten promosi dan penjualan yang menarik. Dengan upaya ini, diharapkan minat beli dan popularitas produk kopiah resam di Desa Dendang dapat meningkat secara signifikan. Hasilnya, pengrajin kopiah resam di Desa Dendang telah memiliki toko online berkualitas baik dengan tingkat eksekusi, fotografi profesional, dan video kreatif. Diharapkan peningkatan daya saing penamsaran mampu meningkatkan penjualan produk kopiah resam yang ada di desa Dendang.

Kata Kunci : *Kopiah Resam, Pemasaran, Promosi Digital, Toko Online*

Pendahuluan

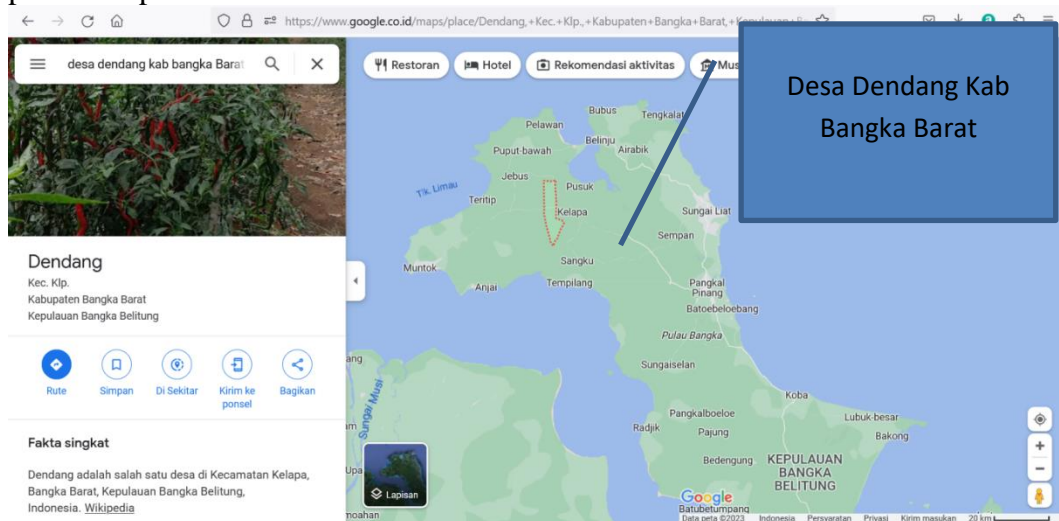
Perkembangan teknologi dan digitalisasi menyediakan peluang baru bagi pelaku bisnis KPM PKH untuk memasarkan produk dan jasa melalui strategi digital marketing (Harahap et al., 2021). Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter menjadi alat utama untuk ini, menawarkan kegunaan yang mudah dan biaya rendah (Setyawan, 2021). Namun, kurangnya pengetahuan tentang digital marketing dan E-Commerce menjadi hambatan, sehingga ada kebutuhan untuk meningkatkan literasi teknologi melalui sosialisasi dan pelatihan (Syifa et al., 2021). Sebagai contoh, banyak pelaku KPM PKH di Kec. Suruh, yang mayoritas memasarkan produk hanya melalui event atau bazar, mengalami kesulitan dalam menggunakan media sosial dan membuat konten yang efektif (Gunawan et al., 2021; Laudon & Traver, 2021). Keberhasilan dalam mengatasi kendala ini dapat membantu memacu perekonomian dan menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan di masa pasca-pandemi (Enge et al., 2015; Setyawan, 2021).

Desa Dendang merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Bangka Barat dan terkenal dengan produk kerajinan kopiah resam yang dihasilkan oleh warga desa. Produk ini merupakan hasil dari warisan tradisi masyarakat desa Dendang yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Meskipun produk kopiah resam ini memiliki nilai estetika yang tinggi dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk wisata khas daerah, namun promosi produk ini masih kurang efektif dan masih terbatas pada pasar lokal. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, digital marketing menjadi alternatif yang efektif dalam meningkatkan promosi produk secara online. Contoh Usaha kerajinan topi atau kopiah resam Ermi Belit di Desa Belit, Kecamatan Kelapa, Bangka Barat, Kepulauan Bangka Belitung, telah berjalan selama 20 tahun. (Kompas, 2021) Oleh karena itu, proyek pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu pengrajin kopiah resam di desa Dendang dalam meningkatkan promosi produk secara online dengan memanfaatkan media digital. Dengan menggunakan strategi digital marketing, diharapkan promosi produk kopiah resam dapat lebih luas jangkauannya dan dapat dikenal oleh masyarakat luas. (Kingsnorth, 2019).

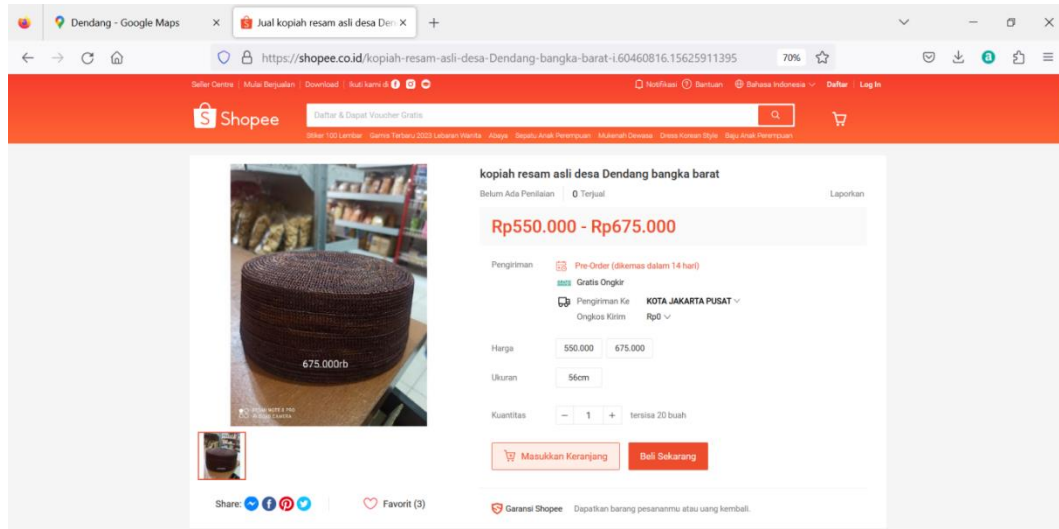
Kehadiran videografer dan influencer lokal sangat penting dalam proyek ini karena dapat membantu dalam memproduksi konten yang menarik dan berkualitas serta mempromosikan produk secara efektif. Hal ini diharapkan dapat membantu meningkatkan popularitas dan penjualan produk kopiah resam di wilayah Kabupaten Bangka Barat dan sekitarnya. Kegiatan ini menyediakan informasi tentang penulisan jurnalistik yang mendukung penciptaan caption pada foto untuk mempromosikan desa wisata dalam era transformasi digital (Bestari et al., 2023). Di era digital, konten memiliki beragam bentuk; foto berfungsi sebagai media

komunikasi non-verbal yang efektif, sementara teks menyediakan konteks verbal. (Retnasary et al., 2019).

Selain videografer dan influencer lokal, terdapat juga praktisi bisnis digital yang terlibat dalam proyek ini. Mereka bertanggung jawab dalam membuat toko online untuk produk kopiah resam di platform Shopee dan Tokopedia (Setyawan et al., 2023). Praktisi bisnis digital akan membantu dalam proses pembuatan toko online yang profesional, menarik, dan mudah diakses oleh calon pembeli. Mereka akan mengoptimalkan tampilan dan fitur toko online agar dapat menarik minat dan meningkatkan kepercayaan calon pembeli untuk membeli produk kopiah resam.

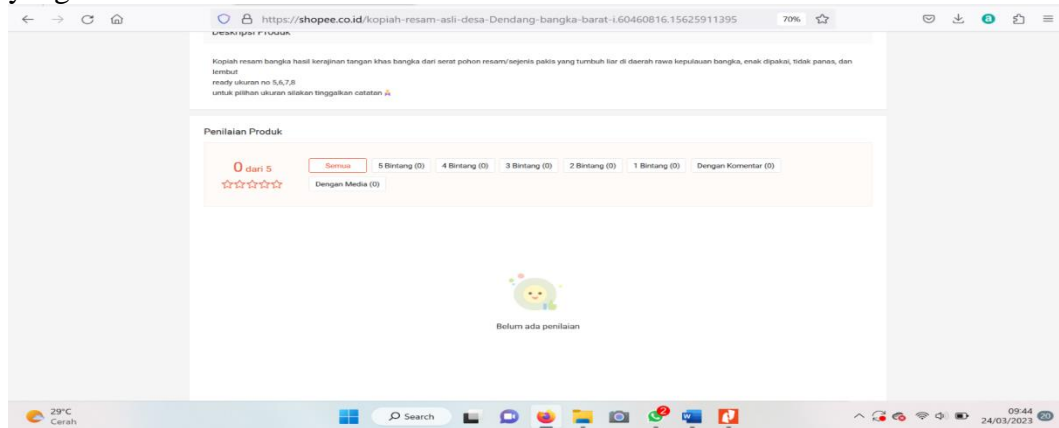


Gambar 1: Peta Wilayah Pengabdian
Jarak Lokasi Kampus dengan Desa Dendang adalah 50 Km.



Gambar 2: Penjualan Kopiah Resam di Shopee

Teknologi Shopee sudah ada namun masih sangat sederhana dan belum ada yang melakukan Pembelian.



Pemasaran dan konten penjualan kopiah resam di Desa Dendang, Bangka Barat masih sangat sederhana dan belum menarik karena beberapa alasan. Pertama, mungkin masih kurangnya pemahaman tentang pemasaran dan strategi penjualan yang efektif di antara para penjual dan pemilik usaha kopiah resam di Desa Dendang. Tanpa pemahaman yang cukup, mereka mungkin hanya mengandalkan strategi pemasaran dan penjualan yang sederhana seperti menunggu pelanggan datang sendiri atau memasang spanduk di sekitar desa.

Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan pemahaman tentang pemasaran dan strategi penjualan yang efektif, serta mengembangkan konten promosi dan penjualan yang menarik dan mudah diakses oleh para calon pembeli. Dengan upaya ini, diharapkan minat beli dan popularitas produk kopiah resam di Desa Dendang dapat meningkat secara signifikan.

Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan yang diusulkan mengedepankan interaksi tatap muka sebagai bentuk pendekatan langsung (Warsiyah et al., 2023). yang terdiri dari beberapa langkah strategis sebagai berikut:

1. Pendampingan Pembuatan Video Promosi:
 - Tujuan: Meningkatkan visibilitas dan pengenalan Kopiah Resam kepada masyarakat luas.
 - Proses: Melakukan pendampingan langsung kepada pengrajin Kopiah Resam dalam proses pembuatan short video promosi, mulai dari perencanaan konsep, pemilihan lokasi, pengambilan gambar, hingga editing.
 - Diseminasi: Menyebarkan video melalui berbagai platform media sosial dan situs web untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
2. Pembuatan Akun Shopee:
 - Tujuan: Mengoptimalkan penjualan dan pemasaran Kopiah Resam secara online.
 - Proses: Membimbing pengrajin dalam pembuatan akun Shopee, pengaturan toko, pengunggahan produk, serta pengelolaan transaksi dan layanan pelanggan.
 - Pelatihan: Memberikan pelatihan dasar mengenai manajemen toko online, strategi pemasaran digital, dan pelayanan pelanggan untuk memastikan keberlanjutan usaha.

3. Promosi di Media Sosial:

- Tujuan: Membangun kehadiran online dan kesadaran merek untuk Kopiah Resam.
- Strategi: Menggunakan berbagai media sosial seperti Youtube dan Instagram, dan media massa online untuk memposting konten yang menarik, berinteraksi dengan followers, dan menjalankan kampanye iklan.
- Analisis: Mengukur efektivitas strategi pemasaran dengan menganalisis metrik seperti engagement, reach, dan konversi untuk penyesuaian strategi di masa depan (Mudrifah & Pramuja, 2022).

Langkah-langkah ini dirancang untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan Kopiah Resam, sekaligus memberdayakan pengrajin melalui pengenalan dan pendidikan mengenai pemasaran digital dan e-commerce.



Gambar 3: Metode dalam Penyelesaian Masalah

Sumber: Model diolah, 2023

Hasil Dan Pembahasan

Pada bagian ini, hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan akan diuraikan dan dibahas secara komprehensif. Bagian ini terstruktur dalam beberapa tahapan untuk memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai proses dan pencapaian yang telah diperoleh selama kegiatan pengabdian berlangsung. Masing-masing tahapan memiliki karakteristik dan elemen-elemen unik yang menentukan, serta mempengaruhi hasil akhir dari kegiatan pengabdian. Setiap tahapan akan dijelaskan secara detail untuk memastikan bahwa semua aspek kegiatan pengabdian ini dapat dipahami dengan baik oleh pembaca. Dengan demikian, diharapkan bahwa hasil dan pembahasan ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang mendalam mengenai keberhasilan, tantangan, dan peluang yang terkait dengan kegiatan pengabdian ini.

1. Persiapan pelaksanaan

Persiapan pelaksanaan pengabdian pendampingan UMKM produk kopiah resam dilakukan di dua tempat. Pertama, tim pengabdian melakukan *briefing* dari kampus sebelum berangkat ke desa Dendang untuk melakukan kegiatan pengabdian. Persiapan di kampus ini dilakukan dengan mempersiapkan barang-barang yang diperlukan dalam pelaksanaan pengabdian seperti kamera, lampu penerang saat melakukan *shooting* dan lain sebagainya.

Persiapan kedua di tempat rumah UMKM resam desa Dendang. Tahap ini dilakukan dengan mempersiapkan berbagai hal yang diperlukan seperti penyiapan

tempat dalam pengambilan gambar dan video yang akan digunakan dalam promosi secara online di media sosial dan *marketplace*.



Gambar 1: Persiapan di kampus



Gambar 2: Persiapan di UMKM Resam

2. Pelaksanaan Pengabdian

Tahap selanjutnya adalah sesi inti dari pengabdian, yaitu pendampingan promosi media sosial dan pembuatan toko online produk kopiah resam. Tim pengabdian melakukan pendampingan dalam beberapa tahap. Tahap pertama, tim menjelaskan bagaimana cara menampilkan produk resam yang menarik di media sosial dan *marketplace*. Cara ini dilakukan dengan pengambilan foto dan video.

Tahap kedua, setelah melakukan sesi memotret dan pengambilan video, pelaku UMKM resam di dampingi untuk membuat promosi di media sosial dan *marketplace*. Pada tahap ini dijelaskan bagaimana cara membuat akun media sosial untuk promosi dan juga akun *marketplace Shopee*.

Tahap ketiga, setelah dilakukan pemotretan dan pembuatan video, maka selanjutnya adalah melakukan pemosting di media sosial dan *marketplace*. Pelaku UMKM pengrajin resam didampingi bagaimana melakukan peng-upload-an produk resam di media sosial dan *marketplace* sekaligus didampingi bagaimana membuat *caption* yang menarik. Selain itu, pelaku UMKM resam juga didampingi melakukan promosi secara offline dengan membuat spanduk promosi produk resam yang di pasang di toko pengrajin resam.



Gambar 3: pendampingan promosi produk resam



Gambar 4: pendampingan promosi produk resam



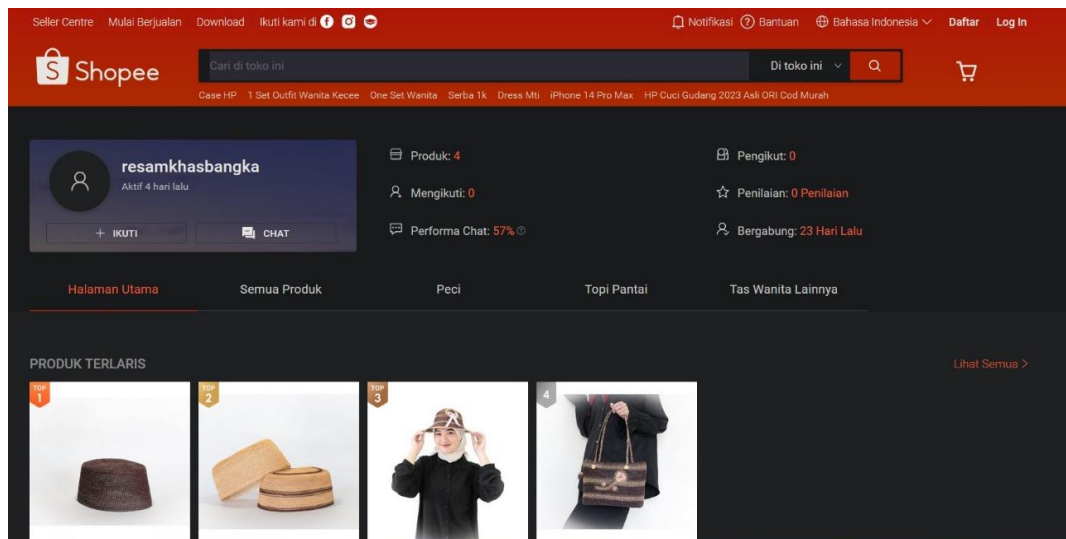
Gambar 5: hasil pemdampingan promosi produk resam



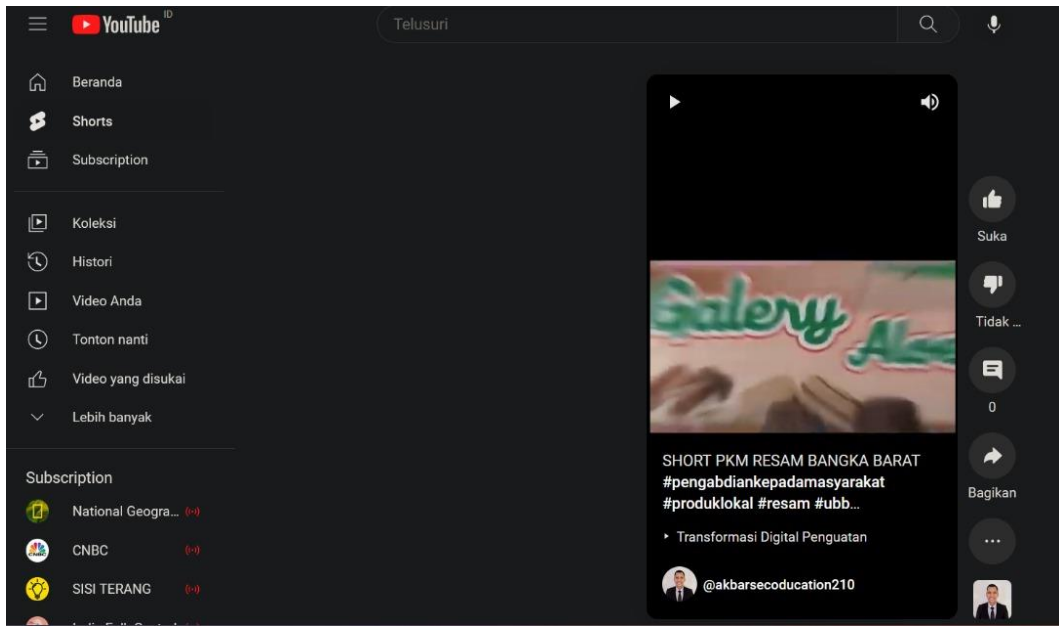
Gambar 6: hasil pemdampingan promosi produk resam

3. Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Hasil pelaksanaan dari pengabdian ini memngeluarkan beberapa luaran. Luaran hasil tersebut di uraikan pada bagian ini. Pertama, luaran berupa toko online di *marketplace Shopee* yang mempromosikan produk kerajinan resam. Beberapa foto sudah ditambahkan di dalamnya. Berbagai bentuk kerajinan yang bisa ditambahkan di dalamnya seperti kopyah, tas, gantungan kunci dan berbagai macam kerajinan lainnya. Kedua, luaran selanjutnya adalah video promosi produk resam. Video tersebut di *upload* di *Youtube* sebagai bahan promosi pengenalan produk resam kepada dunia luar. Sehingga mereka mengetahui apa itu produk resam. Ini juga sebagai prmosi produk lokal yang ada di Bangka Belitung. Ketiga, hasil selanjutnya adalah berbentuk spanduk promosi resam. Spanduk tersebut di pasang di depan toko UMKM resam. Ini sebagai bentuk prmosi secara langsung di wilayah tersebut. Terakhir yang tidak kalah pentingnya adalah, publikasi media dari adanya kegiatan pengabdian ini. Sebagai salah satu bentuk bukti bahwa pengabdian ini telah dilaksanakan dengan baik.



Gambar 7: Toko Online Promosi Kopyah Resam



Gambar 8: Video Promosi Produk Resam
Sumber : (Akbar, 2023)



Gambar 9: Spanduk Promosi Kopyah Resam



Gambar 10: Publikasi Pengabdian Promosi Produk Resam

Evaluasi secara online telah dilakukan untuk menilai sejauh mana pemasaran produk kerajinan resam di Desa Dendang telah terkelola dengan baik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemasaran produk melalui toko online di marketplace Shopee telah memberikan dampak positif terhadap penjualan produk. Etalase produk di toko online telah terdokumentasikan dengan baik, dengan foto-foto produk yang berkualitas dan deskripsi produk yang lengkap dan informatif. Hal ini membantu calon pembeli untuk lebih mudah memahami produk yang ditawarkan dan membuat keputusan pembelian.

Selain itu, video promosi yang diunggah di YouTube juga telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesadaran masyarakat tentang produk kerajinan resam dari Desa Dendang. Video tersebut menampilkan berbagai aspek produk, mulai dari proses pembuatan hingga produk jadi, sehingga masyarakat dapat lebih mengapresiasi nilai estetika dan budaya yang terkandung dalam produk kerajinan resam.

Dengan adanya spanduk promosi di depan toko UMKM resam, promosi produk juga dapat dilakukan secara langsung di wilayah tersebut. Ini membantu meningkatkan visibilitas produk di pasar lokal dan menarik lebih banyak pembeli. Evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil membantu pengrajin kopiah resam di Desa Dendang dalam meningkatkan promosi produk secara online dan meningkatkan penjualan produk. Namun, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana dampak positif ini dapat berkelanjutan dan apa yang perlu diperbaiki di masa mendatang.

Simpulan

Program pengabdian melalui pendampingan promosi produk resam telah sukses dilaksanakan, memberikan dampak yang signifikan bagi mitra, khususnya bagi pelaku UMKM yang bergerak dalam bidang produk resam. Proses pendampingan ini melibatkan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman mitra dalam hal strategi promosi, sehingga mereka dapat secara efektif memasarkan produk kerajinan resam mereka.

Sejak pelaksanaan program pendampingan, terobservasi peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola dan menerapkan strategi promosi secara mandiri. Mitra tidak hanya memahami cara membuat dan mendistribusikan materi promosi, tetapi juga mengembangkan keahlian dalam memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan diversifikasi. Penggunaan media sosial dan platform jual beli online seperti Shopee, misalnya, telah menjadi alat pemasaran yang efektif bagi mereka. Tidak hanya itu, program ini juga telah membangun dasar yang kokoh bagi pelaku UMKM untuk berinovasi dan beradaptasi dengan tren pemasaran terkini. Hal ini, pada gilirannya, memberikan mereka kepercayaan diri dan kapasitas untuk mempertahankan strategi pemasaran yang berkelanjutan, sesuai dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Dengan keterampilan baru dan pengalaman yang diperoleh, pelaku UMKM produk resam kini mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang pasar dengan lebih baik. Ini menciptakan lingkungan usaha yang lebih kondusif, di mana mereka dapat tumbuh dan berkembang, serta menjaga keberlanjutan usaha mereka. Hasil positif ini menunjukkan bahwa pendampingan telah membuka jalan bagi pelaku UMKM untuk menjadi lebih mandiri dan kompetitif dalam mempromosikan produk kerajinan resam, memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan potensi keberhasilan usaha mereka di masa depan.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM), Universitas Bangka Belitung atas pendanaan pengabdian ini melalui skema Pengabdian kepada Masyarakat Tingkat Jurusan (PMTJ) tahun anggaran 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F. (2023). *Video Promosi Kopiah Resam*.
<https://www.youtube.com/shorts/WBIQh3FstWg>
- Bestari, N. M. P., Tobing, M. M., Kumara, I. N. I., & Latupeirissa, J. J. P. (2023). Sosialisasi dan Pendampingan Pelatihan Fotografi Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Desa Pinge, Tabanan - Bali. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(2), 129–138. <https://doi.org/10.36982/jam.v7i2.3265>
- Enge, E., Spencer, S., & Stricchiola, J. (2015). *The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization* (3rd ed.). O'Reilly Media.
- Gunawan, R., Malfiany, R., & Pane, H. Y. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus Dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis. *Pixel :Jurnal Ilmiah KomputerGrafis*, 14(1), 25–36. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.416>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (2nd ed.). Kogan Page Publishers.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, Technology, Society*.
- Mudrifah, & Pramuja, R. A. (2022). PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM PKK KARANGPLOSO VIEW-NGENEP (PROGRAM BEMO "Belajar Marketing Online"). *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 06(01), 51–58. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie>
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130/85>
- Setyawan, N. A. (2021). The Existence of Lasem Batik Entrepreneurs during the Covid-19 Pandemic. *Admisi Dan Bisnis*, 22, 61–72. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/admisi/article/view/2490>
- Setyawan, N. A., Ayuwardani, M., Wibowo, B. Y., Kartika, V. S., & Malebra, I. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan & Produktivitas Bagi Komunitas KPM PKH. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(2), 69–76. <https://doi.org/10.36982/jam.v7i2.2456>

Syifa, Y. I., & others. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.

Warsiyah, W., Luviadi, A., Huwaina, M., & Fakhrurozi, M. (2023). Pemberdayaan Umkm Melalui Optimasi Media Digital Pada Komunitas Inkusi (Inovasi Kewirausahaan Syariah). *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(1), 135–142. <https://doi.org/10.36908/akm.v4i1.838>

