

## **SOSIALISASI BIDAI (TIRAI) MELALUI INTERNET DAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT DESA RANTAU DURIAN 1**

**Mail Hilian Batin<sup>1)</sup>, Maria Ulfa<sup>2)</sup>, Raihan Taneta Putra<sup>3)</sup>, Marindah<sup>4)</sup>, Novika Sari<sup>5)</sup>**

<sup>1)</sup>Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

<sup>2)</sup>Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam,  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

<sup>3)</sup>Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam,  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

<sup>4)</sup>Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Tarbiyah,  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

<sup>5)</sup>Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Tarbiyah,  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang  
*mail.batin\_uin@radenfatah.ac.id*

### **Abstract**

Today, technology has an essential role in economic progress, especially for small and large scale entrepreneurs. The utilization of technology is crucial to support the efficiency and effectiveness of sales. Urban communities only felt the presence of this technology but not for those who live in rural areas. The approach taken uses socialization about the importance of the role of the internet and digital marketing for the craftsmen of Palm oil palm midrib artisans in Rantau Durian 1 Village, Lempuing Jaya District, OKI Regency, South Sumatra. The results of the socialization gave a positive impression to the craftsmen. They gave a fresh breeze of their sustainability in the business of the palm fronds themselves, and their income hopes were far better than before knowing internet marketing. So far, the traditional marketing system where the craftsmen sell directly to the market using trucks, then it takes a long time to sell all of their merchandise.

*Keywords: Internet, Digital Marketing, Socialization.*

### **Abstrak**

Dewasa ini, teknologi memiliki peran penting bagi kemajuan perekonomian khususnya bagi para pengusaha skala kecil maupun besar. Pemanfaatan Teknologi tersebut sangat penting guna menunjang efisiensi dan efektivitas penjualan. Namun Kehadiran teknologi tersebut hanya dirasakan oleh masyarakat perkotaan saja tetapi tidak bagi yang tinggal di pedesaan. Pendekatan yang dilakukan menggunakan sosialisasi mengenai pentingnya peran internet dan digital marketing bagi para pengrajin Bidai pelepah sawit Masyarakat Desa Rantau Durian 1 Kecamatan Lempuing Jaya Kabupaten OKI Sumatera Selatan. Adapun hasil dari sosialisasi tersebut memberikan kesan positif bagi para pengrajin dan memberikan angin segar terakit keberlangsungan mereka di usaha bidai pelepah sawit ini sendiri dan harapannya pendapatan mereka jauh lebih baik dibanding sebelum mengenal internet marketing. Sejauh ini sistem pemasaran tradisional dimana para pengrajin menjual langsung ke pasar menggunakan truk, kemudian membutuhkan waktu yang lama untuk menjual semua produk dagangannya.

*Kata kunci: Internet, Digital Marketing, Sosialisasi.*

## PENDAHULUAN

Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) berada di provinsi Sumatera Selatan, dikenal dengan suku melayu yang terbagi menjadi 18 kecamatan memiliki fasilitas perdagangan yang cukup lengkap, berupa pasar dan pertokoan yang tersebar di seluruh wilayah. Pasar-pasar besar Kabupaten Ogan Komering Ilir antara lain Pasar Kayu Agung di kecamatan Kayu Agung, Pasar Tugu Mulyo di kecamatan Lempuing Jaya, dan pasar-pasar lain yang umumnya buka setiap hari. Kabupaten Ogan Komering Ilir memiliki usaha kerajinan bidai/Tirai tepatnya di Desa Rantau Durian 1 Kecamatan Lempuing Jaya, kerajinan usaha bidai di desa rantau durian 1 ini di buat oleh warga desa berupa kerajinan dari pelepah sawit yang di bentuk menjadi tirai di perkirakan sekitar 20% warga desa rantau durian 1 mendapatkan penghasilan dari kerajinan tirai pelepa sawit tersebut. tirai yang sudah di anyam di bandrol seharga 18.000 ribu rupiah yang di jual melalui pengepul. Prospek penjualan tirai tersebut masih sebatas wilayah rantau durian 1 dan sekitarnya sehingga pemasaran lebih luas sangat di butuhkan. akan tetapi, para pengepul menjual kerajinan ke wilayah yang lebih luas seperti Bali, Madura, dan Jakarta guna memperluas pasar penjualan dan mengenalkan kerajinan tirai pelapah tersebut.

Pada awalnya hanya penduduk asli yang membuat tirai dari sawit yang di sebut juga dengan bidai namun lama-kelamaan penduduk lainnya ikut membuat bidai. Untuk membuat satu bidai dibuthkan waktu kurang lebih 30 menit dan harga upah pembuatan satu bidai/tirai 2000 rupiah, bahan baku pembuatan tirai merupakan pelepah dari pohon sawit yang di dapat dari

perusahaan sawit secara gratis. Upah pengiriman tirai/bidai dari desa rantau durian 1 menuju keluar kota sebesar 7.000.000 rupiah untuk satu tirai/bidai. Penghasilan dari penjualan bidai untuk luar kota sebesar 12.000.000 juta rupiah pertahun diluar ongkos biaya pengiriman dan hasil bersih yang diterima oleh pengepul pertahun sebesar 4.000.000 juta rupiah dengan cara uang di angsur per tiga bulan sekali.

Melihat fakta di atas dan hasil dari observasi penulis bahwa di desa rantau durian 1 memiliki potensi lokal yang sangat baik untuk dikembangkan salah satunya adalah Bidai/tirai namun kemampuan dalam pemasarannya sangatlah minim sehingga produk bidai\ tirai sangatlah tertinggal dalam pemasarannya karena kebanyakan pengepul hanya menjual secara konvensional saja dan tidak menggunakan bantuan penjualan internet.

Penjualan menggunakan bantuan internet menurut (Philip dan Kevin, 2009) termasuk dalam pemasaran langsung. Pemasaran Langsung (direct marketing) adalah penggunaan saluran langsung konsumen untuk menjangkau dan mengirimkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran. Pemasar langsung dapat menggunakan sejumlah saluran untuk menjangkau calon pelanggan dan pelanggan perorangan, seperti surat langsung, pemasaran katalog, telemarketing, TV interaktif, kios Web, dan peralatan bergerak (mobile). Dalam bisnis dikenal dengan dua kategori, yakni: Market Places dan Market Space. Market places, nampak secara fisik seperti saat belanja di toko, pasar swalayan, mall, dan pasar tradisional. Sedangkan market space "digital", tak terlihat, misalnya

membeli buku atau apa saja melalui internet. (Limakrisna dan Togi, 2017)

Tahun 2016 dunia bisnis dan teknologi menjanjikan sebuah permainan baru untuk pemasaran bisnis kecil, terutama mereka yang sebagian besar telah meluncurkan produk dan melakukan banyak strategi pemasaran di sosial media. Adapun beberapa indikatornya yaitu: fokus pada hubungan pemasaran, Gunakan media mobile, Gunakan pemasaran konten, Buatlah iklan yang tepat sasaran, dan lakukan pengujian.

Tekhnologi memiliki peran penting bagi dunia bisnis, apalagi berdasarkan data pengguna internet 25 Negara top dunia bahwa Indonesia menempati urutan keenam dengan jumlah pengguna mencapai 123 juta orang, diatas Indonesia ada Negara Jepang, Brazil, India, Amerika Serikat, dan China. Jumlah ini akan terus berkembang seiring dengan kesadaran masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan kehadiran teknologi dalam kehidupan sehari-hari. (<https://kominfo.go.id>) Sedangkan berdasarkan hasil riset We Are Social sebagaimana dikutip dalam detikinet, pada tahun 2020 bahwa ada sebanyak 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang masing-masing jenis perangkatnya diantaranya, mobile phone (96%), smartphone (94%), non-smartphone mobile phone (21%) laptop atau komputer dekstop (66%), table (23%), konsol game (16%), hingga virtual reality device (5,1%). (<https://inet.detik.com>)

Berdasarkan data di atas maka data mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia merupakan peluang bagi para pelaku bisnis terutama pengrajin bidai pelepah sawit.

Pengguna internet merupakan pangsa pasar atau target pasar dari para pengrajin dalam memasarkan produk bidainya dengan lebih efisien dan efektif, sehingga mampu memberikan keuntungan bagi para pengrajin. Menurut (Abdurrahman, 2015: 196), pemasaran online adalah usaha perusahaan untuk memasarkan produk dan pelayanan serta membangun hubungan pelanggan melalui internet. Dengan cara ini proses jual beli produk menjadi semakin mudah.

Berdasarkan uraian tersebut, maka tertarik untuk melakukan suatu pengabdian masyarakat oleh Dosen berkolaborasi dengan mahasiswa KKN yaitu berjudul "Sosialisasi Bidai (Tirai) Melalui internet dan digital marketing Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Rantau Durian 1 Kecamatan Lempuing Jaya Kabupaten ogan Komering Ilir. Adapun rumusan masalahnya yaitu: Pertama, Kurangnya pengetahuan mengenai memanfaatkan Tehnologi dalam pemasaran bisnis Bidai. Kedua, Kurangnya inovasi produk sehingga tidak mampu bersaing dengan produk yang sama. ketiga, Pasar yang sangat terbatas bagi pengrajin bidai.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode Sosialisasi yang diselenggarakan pada tanggal 1 Februari 2020 seiring dengan berlangsungnya kegiatan KKN UIN Raden Fatah Palembang.

Sosialisasi dilaksanakan dalam bentuk penyampaian materi dengan mencantumkan beberapa contoh pemasaran online di berbagai macam market place, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab terkait permasalahan yang dihadapi pengrajin

bidai. Pada akhir sosialisasi akan dibuatkan akun IG yang memuat beberapa konten produk Bidai dalam pemasaran online.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi dilaksanakan di Balai Desa Rantau Durian 1 kecamatan lempuing Jaya, kabupaten Ogan Komering Ilir. Kegiatan ini dilakukan

dengan beberapa tahap yaitu: Pertama, penyampaian materi oleh Pak Mail Hilian Batin selaku Dosen Pendamping Lapangan KKN. Kedua, Diskusi dilaksanakan dengan sesi tanya-jawab terkait permasalahan selama ini dan pertanyaan seputar online marketing. Pada akhir kegiatan sosialisasi nanti akan dibuat akun IG buat pengrajin Bidai dalam memasarkan produknya melalui online.



Gambar 1. Foto Bersama Peserta Sosialisasi

Pada Gambar 1 di atas, pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyampaian. Adapun beberapa hal yang dijelaskan oleh pemateri adalah tentang definisi internet, cara menggunakan, keuntungan digital marketing, dan contoh beberapa produk sejenis namun berbeda harga yang beriklan di beberapa marketplace seperti: Olx, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, JD.ID. Sesi ini disambut dengan antusias peserta, karena produk yang biasa mereka buat mampu bersaing dan memiliki harga yang tinggi jika diiringi dengan inovasi dan promosi melalui internet.

Sesi berikutnya adalah setelah penyampaian materi, dilakukan sesi tanya-jawab kepada peserta mengenai keluhan selama ini. Adapun keluhan yang disampaikan yaitu lamanya waktu penjualan yang menggunakan sistem penjualan jemput bola. Jemput bola

disini memiliki pengertian yaitu masyarakat di Desa Rantau Durian 1 membeli produk bidai pengrajin hingga terkumpul menjadi satu buah truk, kemudian menjual ke luar kota. Waktu penjualannya bisa mencapai setahun, sehingga istri-istri masyarakat lama menunggu Suaminya karena penjualan belum laku keseluruhan. Para penjual menjualkan produknya menggunakan sistem jual keliling dan menjual di pasar. Permasalahan selanjutnya yaitu kecilnya upah yang diterima oleh pengrajin Bidai, padahal untuk menyelesaikan satu buah Bidai saja butuh waktu yang tidak sedikit tetapi pengrajin tidak ada pilihan lain, karena darisanalah pemasukan mereka dapat. Pada sesi ini, pemateri memberikan beberapa masukan yaitu, pentingnya promosi secara online, kemudian pentingnya inovasi produk agar harga

yang diterima pengrajin bisa tinggi dari biasanya.

Inovasi adalah hal yang tak terelakkan dalam dunia berwirausaha. Dengan inovasi, terbuka peluang untuk diversifikasi produk atau jasa sekaligus melebar pangsa pasar. Apalagi, lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis menuntut wirausaha untuk selalu adaptif dan mencari terobosan terbaru. Karakter cepat puas diri akan

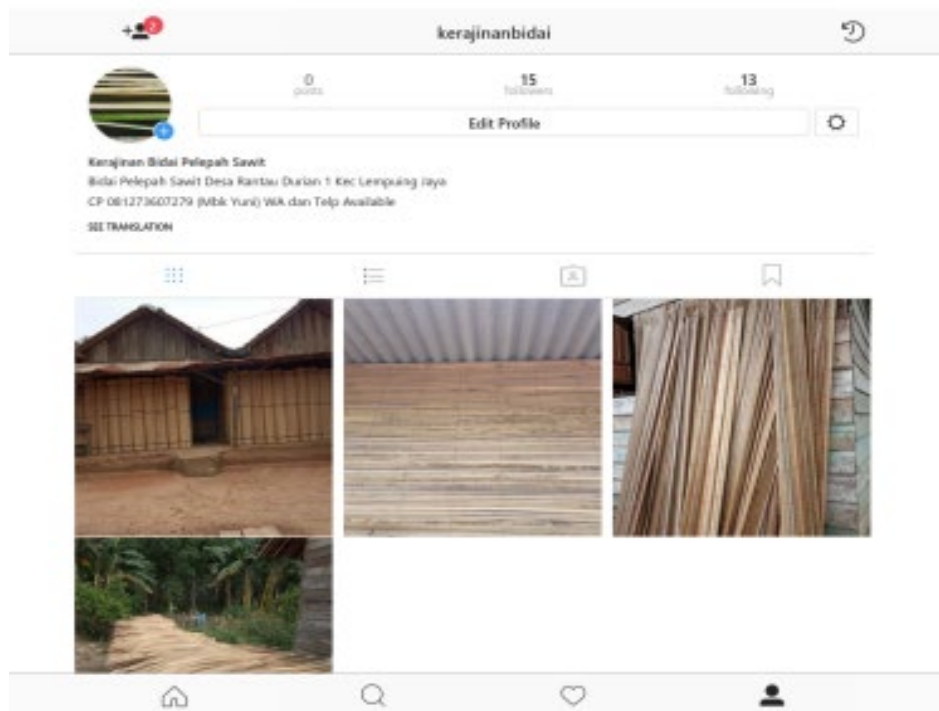
membawa bisnis menuju kemunduran. Maka, inovasi adalah jawaban untuk menjadi wirausaha sukses. Pada akhir sesi, pemateri juga tidak lupa memberikan motivasi kepada para pengrajin bahwa dengan adanya online marketing mampu menaikkan perekonomian para pengrajin bidai. Kemudian diiringi dengan sesi foto dan pembagian konsumsi.



Gambar 2. Proses Pembuatan Bidai

Pada Gambar 2 selanjutnya yaitu terdapat beberapa proses awal hingga akhir yakni pelepah sawit dijemur terlebih dahulu hingga sampai pada tahapan siap kirim dan jual. Pada proses ini sistem penjualan masih menggunakan cara konvensional, dimana bidai-bidai dari pengrajin

dikumpulkan kedalam mobil truk dan dijual keluar kota. Sesampainya di luar kota tersebut bidai masih dijual belikan kepasar-pasar dan butuh waktu lama agar semua bidai habis terjual. Dari beberapa hasil wawancara ada masyarakat yang baru pulang setahun kemudian.



Gambar 3. Digital Marketing Melalui Instagram

Pada Gambar 3 merupakan salah satu contoh bentuk sarana promosi dan pemanfaatan Digital Marketing yang digunakan yaitu melalui Instagram. Digital marketing ini diharapkan mampu menaikkan omset penjualan dan memangkas waktu tunggu pengrajin dalam menjual produknya

## SIMPULAN

Dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa Desa Rantau Durian 1 memiliki potensi bidai pelepah sawit yang belum optimal. Adapun beberapa kendala yang di hadapi adalah semangat masyarakat Rantau Durian 1 dalam berwirausaha masih belum maksimal, sehingga kegiatan ini masih memberikan porsi yang besar dalam meningkatkan motivasi mengembangkan usahanya. apalagi didesa rantau durian 1 masih terkendala dalam hal modal yang masih meminjam di BANK

dan kurangnya akses kepasar.

Salah satu indikator keberhasilan program Sosialisasi Bidai/ Tirai adalah keberlanjutan untuk jangka waktu yang panjang dari hasil pantaunbanyak masyarakat yang sudah mengerti cara pemasaran melalui Digital Marketing yang sudah banyak menggunakan internet untuk memasarkan produk Bidai, sehingga pengrajin menjual produknya sesuai pesanan. Kemudian terciptanya inovasi bagi para pengrajin dalam mengubah produk bidainya menjadi bernilai tinggi.

Adapun sarannya yaitu perlunya peran semua pihak baik Pemerintah, pejabat desa dan kabupaten dalam mendukung program pembiayaan dalam permodalan usaha. Kemudian perlunya pembentukan UMKM Pengrajin Bidai, sehingga mudah untuk berkoordinasi dan maju bersama-sama.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang atas penyelenggaraan KKN Reguler ke 72 tahun 2020 dan Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) mulai dari Kelurahan sampai RT dan RW Desa Rantau Durian 1 Kecamatan Lempuing Jaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Philip, Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, Nandan dan Togi Parulian Purba. 2017. Manajemen Pemasaran-Teori dan Aplikasi dalam Bisnis. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4286/Pengguna+Internet+Indonesia+Nomor+Enam+Dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4286/Pengguna+Internet+Indonesia+Nomor+Enam+Dunia/0/sorotan_media), akses pada 24 Maret 2020 pukul 10.39 WIB.
- <https://inet.detik.com>  
Wawancara bersama ibu saryani tanggal 26 Januari 2020 pukul 16:00
- Wawancara bersama Bapak Sunar, Tanggal 5 Februari 2020 pukul 14:20