

PEMASARAN MELALUI APLIKASI ETSY PADA UMKM HANDY CRAFT

Rika Rahayu*, Mar'atus Zahro, Dewi Maryam

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya, Indonesia

*email: rikarahayu@stiesia.ac.id

Abstract

The COVID-19 pandemic has been running for almost 2 years, so it is a demand for all elements of society to be able to survive in the midst of the current pandemic. Many service and goods business sectors have been affected. Selling goods through the etsy application is relatively easy when compared to other applications selling products with export potential. However, sellers need very interesting work and routines related to documentation and providing customer service for the products to be sold. Problems that occur with MSMEs in Indonesia include the decline in the creativity of handicraft MSMEs during the Covid-19 pandemic, lack of knowledge regarding online marketing platforms, and lack of knowledge regarding export potential. Based on these problems, this service activity is to provide assistance and training with interview and FGD methods through Google meet by explaining the introduction of the ETSY application and designing goods that have a selling value. The implementation method uses three stages, namely problem identification, training and assistance, monitoring and evaluation. Based on community service activities carried out in Bubutan District, which were attended by MSME actors in the District, it can be concluded that several MSME actors in Bubutan District began to include hand-made goods to be marketed through the ETSY application, as well as several MSME actors in Bubutan District. The Bubutan sub-district has income from more than one type of business for entrepreneurship during the pandemic.

Keywords: Online marketing; ETSY application; MSMEs; handicraft

Abstrak

Pandemi covid-19 sudah berjalan hampir 2 tahun lebih, sehingga menjadi tuntutan bagi semua elemen masyarakat untuk dapat bertahan hidup ditengah pandemi saat ini. Banyak sekali sektor usaha jasa maupun barang yang terkena dampaknya. Penjualan barang melalui aplikasi etsy merupakan hal yang relatif mudah bila dibandingkan dengan beberapa aplikasi jual pada produk berpotensi ekspor lainnya. Namun penjual membutuhkan kerja dan rutinitas yang sangat menarik terkait dengan dokumentasi dan menyediakan customer service bagi produk yang akan dijual. Permasalahan yang terjadi pada UMKM di Indonesia antara lain menurunnya kreativitas UMKM handycraft saat pandemi Covid-19, kurangnya pengetahuan terkait platform-platform pemasaran online, dan kurangnya pengetahuan terkait potensi ekspor. Berdasarkan permasalahan tersebut maka kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pendampingan dan pelatihan dengan metode wawancara dan FGD melalui Google meet dengan menjelaskan pengenalan aplikasi ETSY dan mendesain barang-barang yang sehingga memiliki nilai jual. Metode pelaksanaan menggunakan tiga tahap yaitu identifikasi masalah, pelatihan dan pendampingan, monitoring dan evaluasi. Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Bubutan, yang diikuti oleh pelaku UMKM di Kecamatan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan mulai memasukkan barang-barang hasil buah tangan untuk dipasarkan melalui aplikasi ETSY, serta beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan memiliki *income* pada jenis usaha lebih dari satu untuk berwirausaha pada masa pandemi.

Kata Kunci: Pemasaran online; Aplikasi ETSY; UMKM; handycraft

Submitted: 2022-03-24	Revised: 2022-04-22	Accepted: 2022-04-30
-----------------------	---------------------	----------------------

Pendahuluan

Pandemi covid-19 sudah berjalan hampir 2 tahun lebih, sehingga menjadi tuntutan bagi semua elemen masyarakat untuk dapat bertahan hidup ditengah pandemi saat ini. Banyak sekali sektor usaha jasa maupun barang yang terkena dampaknya. Faktor yang menjadi katalisator penting saat pandemik adalah penggunaan internet untuk proses secara online maupun daring. Hal ini karena berbagai sektor baik usaha, politik, ekonomi, sosial dan budaya juga mulai tertelan akibat pandemik covid-19. Pendidikan contohnya, yang mengharuskan para siswa harus belajar dari rumah untuk dapat terus melakukan kegiatan belajar mengajar sehingga melibatkan peran

orang tua dalam memantau anak-anak untuk dapat belajar dari rumah dengan menggunakan internet.

Penggunaan internet juga penting bagi sektor usaha lainnya untuk kegiatan pengenalan maupun promosi. Data yang Diperoleh dari hasil survei terkait penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 di kuartal 2 (Q2) mencapai 196,7 juta pengguna dengan penetrasi 73,3% dari total populasi Indonesia sekitar 266,9 juta (Sulistiyawati dan Widayani, 2020).



Berdasarkan grafik diatas, peluang pada penggunaan internet dimasa pandemi mampu meningkatkan daya jual beli masyarakat tanpa adanya kontak fisik yang biasa dilakukan antara penjual maupun pembeli seperti saat ini. Saat kreatifitas dihentikan karena fokus pada sandang pangan selama pandemi, sangat disayangkan apabila UMKM berhenti berproduksi karena untuk alasan bertahan hidup. Minat masyarakat mulai berubah yang awalnya mengadaptasi keterampilannya untuk dapat menghasilkan produk atau jasa yang memiliki *value added*, karena faktor pemasaran online yang terbatas juga menjadi suatu kendala.

Kebudayaan dan pariwisata mulai terhambat sehingga berpengaruh secara signifikan kepada pendapatan devisa Negara karena banyak akses secara eksternal yang ditutup. Hal ini menjadi prioritas bagi Kementrian Pariwisata dan Kebudayaan dalam mengembangkan pariwisata di Indonesia untuk dapat hidup kembali. Salah satunya terhadap barang dan jasa yang mampu diperkenalkan menjadi produk bernilai mancanegara tanpa harus melintasi antar Negara atau benua. Handycraft di Indonesia dikenal mancanegara dengan potensi bisnis yang sangat potensial, terbukti pada tahun 2014 produk handycraft sukses mampu mencatat nilai ekspor dunia sebesar \$694,3 juta (Wulandari *et al.*, 2016).

Membahas terkait dengan pemasaran secara online banyak sekali masyarakat kita yang memanfaatkan aplikasi yang bisa diakses di dalam negeri seperti beberapa platform, Shopee, Tokopedia, Blibli, Gojek, Grab maupun penggunaan sosial media sebagai media informasi yang disebar untuk tujuan pemasaran sehingga masyarakat tetap bisa mengkonsumsi produk buatan dalam negeri. Hal yang melatarbelakangi penggunaan pasar *online* adalah barang-barang yang dijual sulit untuk dijual dengan tingkat kompetitif dalam negeri, sehingga harus merambah pada pasar luar negeri. Salah satu pasar *online* yang bisa menjadi wadah dalam media pemasaran *online* yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, salah satunya adalah Etsy. Etsy adalah pasar online tempat penyedia atau vendor dapat terhubung dengan konsumen (pembeli) mereka, (Mulyawan, 2021)

UMKM hanya mencari keuntungan bukan pada nilai dari suatu barang atau jasa. Hanya pada aplikasi dalam negeri, yang biasa digunakan oleh seluruh masyarakat luas dan belum merambah pada aplikasi yang dirancang secara internasional dan berfokus pada barang atau jasa yang menjadi kategori *handmade*.

Berdasarkan analisis masalah diatas, permasalahan mitra khususnya para UMKM di Kecamatan Bubutan Surabaya diantaranya:

1. Menurunnya kreatifitas UMKM handycraft saat pandemi Covid-19
Masa pandemi menjadi penghalang untuk mampu meningkatkan produksi barang dan jasa karena banyak sekali paa pelaku UMKM yang mulai untuk melakukan peralihan menghentikan produksi barang-barang *handmade* dan berjualan makanan untuk bertahan hidup. Masa pandemi beralih usaha dari barang handycraft menjadi berjualan makanan, karena dirasa lebih menguntungkan dan fokus setiap orang banyak sekali pada kebutuhan sandang dan pangan, sehingga banyak kretaifitas yang seharusnya bisa dikerjakan untuk mengisi waktu luang dan memiliki value belum dipertimbangkan.
2. Kurangnya pengetahuan terkait platform-platform pemasaran *online*
Pemasaran secara online baik melalui platform-platform tertentu maupun sosial media menjadi kebutuhan utama dimasa pandemi. Tanpa disadari, internet sudah menjadi kebutuhan pokok dalam berbagai bidng baik bidang pendidikan, transportasi, ekonomi dan lain-lain. Penawaran melalui sosial media mulai gencar dilaksanakan, aplikasi whatsapp, line dan lain-lain banyak sekali dilakukan. Tanpa membutuhkan tempat yang memadai utuk memasarkan barang, dengan penggunaan pemasaran secara online dengan platform tertentu atau aplikasi tertentu mampu para UMKM melihat dunia digital dan meraih peluang untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya.
UMKM Indonesia selalu terhambat pada permasalahan standar, desain dan kualitas produk, penyebab dari hal tersebut diantaranya:
 - a. Produk *handmade* dilaksanakan berdasarkan tradisi yang belum tersandarisasi.
 - b. Implementasi standar dalam produksi masih rendah
 - c. Teknologi yang digunakan terbatas
 - d. Penegakan dan pengawasan pengaturan UMKM masih lemah dalam mendorong pertumbuhan UMKM
 - e. Konsumen belum memperhatikan standarisasi mutu.

Banyak produk *handmade* yang mampu menembus pasar luar negeri, namun belum disadari oleh masyarakat luas. Apabila kita perkenalkan sebagai produk olahan dalam negeri menjadi ciri khas sebagai produk Indonesia yang bernilai jual karena hadir dari kebudayaan bangsa Indonesia itu sendiri.

Metode

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat terdiri atas tiga tahap, diantaranya:

1. Identifikasi Masalah
Pada tahap ini, tim melakukan analisis perkembangan ke UMKM di Kecamatan Bubutan untuk mengidentifikasi permasalahan yang menghambat perkembangan UMKM di Kecamatan Bubutan pada masa pandemi. Identifikasi masalah digunakan sebagai dasar pemilihan materi dan jenis pelatihan yang akan diberikan bagi UMKM di Kecamatan Bubutan.
2. Pelatihan dan Pendampingan
 - a. Pelatihan tentang strategi pemasaran strategi baru dan produk baru pada masa pandemi.
 - b. Pelatihan tentang kerwirausahaan di masa pandemi.
 - c. Program pendampingan mampu bertahan pada masa pandemi dengan menggunakan teknologi tertentu secara *online*.
3. Monitoring dan Evaluasi
Pengumpulan data dalam menggali informasi dilakukan dengan cara wawancara (in depth interview) setelah proses wawancara dengan para pelaku UMKM dilakukan pula proses

focus group discussion (FGD) didukung dengan pengumpulan data melalui browsing melalui internet, mengumpulkan laporan-laporan sebelumnya, dokumentasi dan *recording* saat FGD (Rasbin, 2019). Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan dengan metode *chatting* melalui whatsapp untuk mengetahui perkembangan produk yang dipasarkan melalui aplikasi ETSY.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan ini bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang mencakup cara-cara peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain dalam hal perluasan wawasan, pengetahuan maupun peningkatan keterampilan yang dilakukan oleh sivitas akademik sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan aktif meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat luas terutama bagi masyarakat ekonomi lemah. Secara umum program ini dirancang oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya untuk memberi kontribusi nyata bagi masyarakat, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi yang harus dilakukan setiap dosen.

Pertimbangan terhadap kondisi yang ada saat ini, menjadi faktor utama dalam pertahanan seorang usaha UMKM untuk tetap berproduksi.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses dan pengenalan masalah dengan kata lain identifikasi masalah adalah salah satu proses yang bisa dikatakan sebagai langkah penting diantara langkah-langkah proses yang lain. Identifikasi masalah merupakan tahapan awal yang dilakukan sebelum pengabdian dilaksanakan. Tahap ini bertujuan untuk melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Bubutan pada masa pandemi. Tim pengabdian melakukan survei pada bulan Agustus melalui Google Meet (Sarfiah *et al.*, 2019) dan chat serta *video call* Whatsapps bagi UMKM yang memiliki prospek pada bidang handycraft. Berdasarkan kondisi UMKM di Kecamatan Bubutan, dapat diketahui bahwa sebagian besar UMKM di Kecamatan Bubutan mengalami penurunan omzet pada saat pandemi. Banyak yang masih belum mencoba memasarkan secara online melalui beberapa cara dengan menggunakan platform tertentu. UMKM di Kecamatan Bubutan juga belum mengetahui tata cara pengelolaan terhadap barang dan jasa yang memiliki nilai jual untuk kegiatan usaha pada kondisi pandemi sehingga banyak yang beralih usaha dan meninggalkan usaha handycraft. Pemahaman terhadap barang ekspor yang memiliki nilai jual tinggi juga belum terpalikasikan dengan baik, sehingga untuk menyadarkan terkait pengetahuan tersebut butuh usaha yang luar biasa.


2. Pelatihan dan Pendampingan

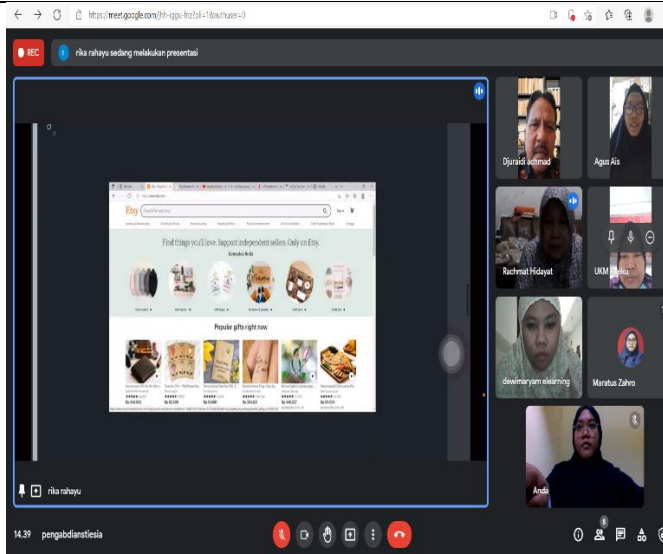
Peserta yang menjadi target adalah yang memiliki usaha makanan dan minuman sebanyak 6 UMKM dari Kecamatan Bubutan. Para peserta yang berpartisipasi sangat antusias dalam acara tersebut, sehingga materi yang disampaikan sangat membantu bapak-ibu pelaku usaha UMKM meskipun dilakukan secara Online.

3. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan yang berkaitan erat dengan kegiatan monitoring, karena kegiatan evaluasi dapat menggunakan data yang disediakan melalui kegiatan monitoring. Dalam merencanakan kegiatan hendaknya kegiatan evaluasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan, sehingga dapat dikatakan sebagai kegiatan yang lengkap. Evaluasi diarahkan untuk mengendalikan dan mengontrol ketercapaian tujuan. Dari hasil monitoring dan evaluasi yang dilakukan di UMKM Kecamatan Bubutan, membutuhkan pemikiran khusus untuk membuat usaha baru sebagai penunjang, mempertahankan bisnis yang ada agar selalu mampu bersaing dan mendaftarkan produk atau merek pada BPOM sehingga mampu bersaing di pasar global. Berikut hasil wawancara

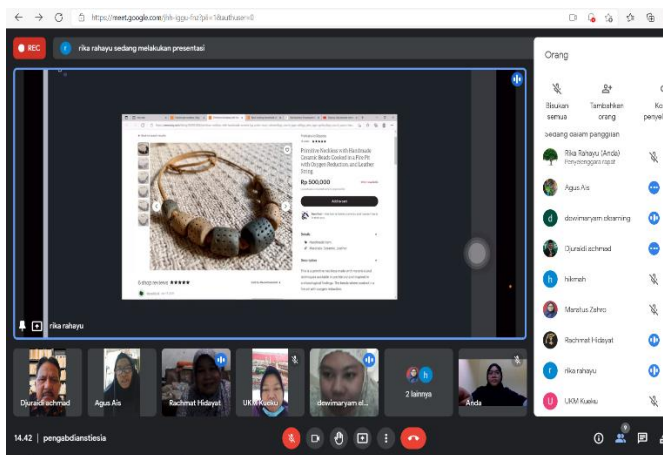
kami melalui video call dengan 6 peserta pelatihan yang dirangkum dalam setiap data pemateri dan bukti komunikasi terkait masa pandemik seperti saat ini:

No	Monitoring dan Evaluasi	Peserta	Pemateri
1		<p>Seluruh peserta UMKM join pada Google meet untuk materi pemasaran secara online dan keunggulan produk mancanegara</p>	<p>Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro.</p>
		<p>Salah satu peserta UMKM menunjukkan barang handmade untuk siap dipasarkan</p>	<p>Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro.</p>
		<p>Salah satu peserta yang membuat produk selain handmade yaitu makanan sebagai tambahan kerja saat pandemi</p>	<p>Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro.</p>
		<p>Tampilan awal aplikasi Etsy untuk keunggulan produk bernilai ekspor di pasar mancanegara</p>	<p>Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro.</p>



Barang handmade yang dicoba dimasukkan pada aplikasi Etsy

Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro.



1. Aplikasi Etsy

Penjualan barang melalui etsy merupakan hal yang relative mudah bila dibandingkan dengan beberapa aplikasi jual pada produk berpotensi ekspor lainnya. Namun penjual dibutuhkan kinerja dan rutinitas yang sangat menarik terkait dengan dokumentasi dan menyediakan customer service bagi produk yang dijual. Adapun beberapa kategori barang2 yang bisa dijual di etsy diantaranya:

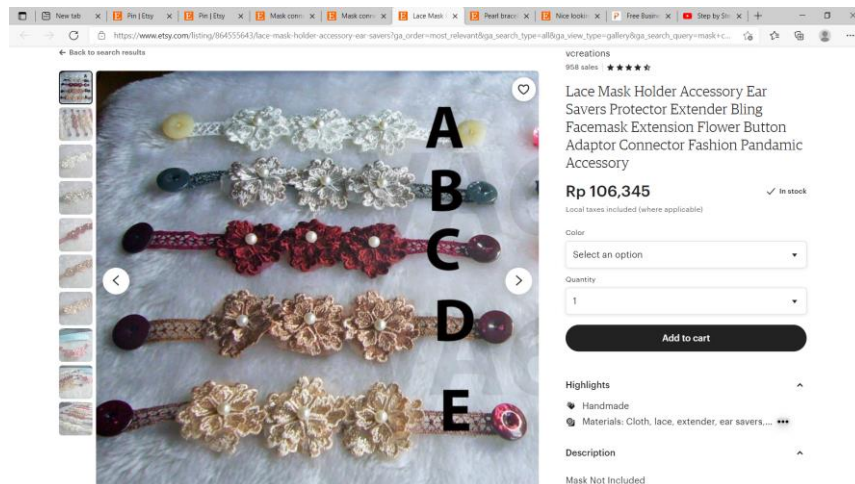
- a. Barang-barang kerajinan tangan seperti: aksesoris, pakaian, perabot kebutuhan rumah tangga, perlengkapan anak-anak dan lainnya
- b. Barang Antik seperti: logo kostum, pakaian, aksesoris, foto, perhiasan, buku permainan dan lain-lain.
- c. Bahan karya seni seperti: pembuatan perhiasan dan perlengkapan manik-manik, perlengkapan menjahit dan merajut serta produk seni visual

selain contoh-contoh barang-barang diatas Etsy juga bisa berkembang untuk menjual barang-barang lainnya yang memiliki nilai ekspor. Untuk menjual barang di Etsy bagi para pemula dilakukan dengan cara:

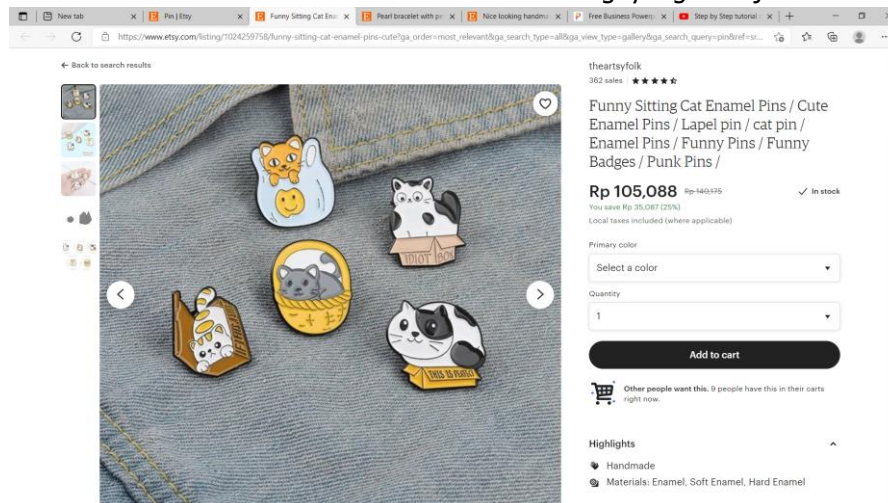
1. Membuat akun Etsy
 Dalam hal ini UMKM dibantu untuk membuat satu akun terlebih dahulu untuk bahan pengenalan cara pengoperasian dengan memasukkan nama dan alamat email serta seluruh bio pada akun tersebut
2. Melakukan riset pasar

- Produk serupa lainnya di pasar dan cari tahu di mana titik harga seharusnya terkait dengan produk tersebut.
3. Menciptakan identitas merek
Membuat gambar untuk membuat konten hebat, serta ada juga sejumlah kursus desain harga potongan di luar sana jika ingin mencoba seni yang lebih kompleks
 4. Melatih keterampilan dalam dokumentasi
gambaran menyeluruh tentang produk tersebut, yang berarti kemungkinan pengembalian dana menjadi lebih sedikit serta kepuasan pelanggan yang lebih tinggi
 5. Menggunakan *keyword* untuk deskripsi produk
 6. Membuat nilai jual yang unik
Mengkomunikasikan nilai jual unik produk dan di seluruh rangkaian produk sehingga menjangkau orang-orang yang tertarik dengan produk tersebut
 7. Membuat packaging yang baik
Mengemas produk Anda dengan indah serta bergaya
 8. Memanfaatkan sosial media
 9. Segi pengiriman yang relatif murah

Berikut gambaran aplikasi Etsy yang bisa dimanfaatkan untuk pemasaran secara online sesuai kriteria diatas:



Gambar: Pemasaran konektor masker bagi yang berhijab



Gambar: Bros karakter yang unik

2. Keunggulan barang handmade pada pasar mancanegara

Kerajinan tangan asli Indonesia memiliki keunikan yang mampu menonjolkan kebudayaan asli Indonesia sehingga mampu menembus pasar mancanegara. Kerajinan tangan merupakan penyerap tenaga kerja yang besar bagi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Penyebabnya jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) di bidang kerajinan tangan terus bertambah diantaranya, modal awal yang kecil, jam kerja yang fleksibel, kemudahan untuk bekerja dari rumah, dan kebebasan mengelola usaha menjadi daya tarik.

Kementerian Koperasi dan UKM telah bekerja sama dengan Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) untuk mendorong daya saing UKM dilakukan berbagai upaya pendanaan dan pembinaan. Tetapi peranan produksi kriya di Indonesia terhadap ekspor secara keseluruhan ternyata belum signifikan. Pada 2018 ekspor Indonesia masih didominasi oleh hasil sumber daya alam seperti bahan bakar migas, besi dan baja, hingga bubur kayu berdasarkan data Badan Pusat Statistik.

Contoh kerajinan tangan di Indonesia yang dikenal dalam pasar mancanegara:

Dari gambar diatas menunjukkan pada gambar pertama seperti ukir kayu, batik, anyaman dan keramik biasanya menjadi langganan pasar mancanegara. Hal-hal yang perlu dipersiapkan untuk pasar mancanegara diantaranya:

1. Membuat akun paypal: Akun Paypal yang sudah diverifikasi akan membuat anda lebih mudah menerima pembayaran dalam jumlah besar.
2. Aktif dalam sosial media: Dapat membantu memperlancar promosi produk handmade ke pasar luar negeri. Bahkan sudah banyak pengrajin Indonesia yang hanya menggunakan media sosial sebagai media untuk pemasaran produk handmade buatannya sendiri
3. Masuk pada marketplace seperti Etsy dan Ebay

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Bubutan, yang diikuti oleh pelaku UMKM di Kecamatan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan mulai memasukkan barang-barang hasil buah tangan untuk dipasarkan melalui aplikasi ETSY.
2. Beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan memiliki *income* pada jenis usaha lebih dari satu untuk berwirausaha pada masa pandemi.
3. Beberapa produk yang dijual oleh UMKM di Kecamatan Bubutan mempelajari beberapa barang yang memiliki keunggulan kompetitif.

Daftar Pustaka

- Mulyawan, R. (2021). *Begini Tips Cara Menjual Barang di Etsy untuk Pemula yang Benar!*, (Online), (<https://rifqimulyawan.com/blog/tips-cara-menjual-barang-etsy/>), diakses 20 Agustus 2021.
- Rasbin. (2019). *Strategi Peningkatan Ekspor Produk-Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia: Studi Kasus di Kabupaten Sleman dan Kota Surabaya*. *Kajian*, 24 (3), 149-158.
- Sarfiah, S. N., H. E. Atmaja, dan D. M. Verawati. (2019). *UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4 (2), 137-146.
- Sulistiyawati, E. S. dan A. Widayani. (2020). *Marketplace Shopee sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4 (1), 133-142.
- Wulandari, R. J. R. Polla, dan Novita. (2016). *Analisis Peningkatan Daya Saing Ekspor UMKM Cenderamata di Jakarta*. *Jurnal Ekonomi*, 7 (1), 34-40.