

Pendampingan Digital Marketing Pada UMKM Kerajinan Tradisional: Studi Kasus Pengrajin Anyaman Bambu Kampung Prisen

Husna Mulya Bela¹, Umi Kultsum², Irfan Fakhruddin³, Reza Hermawan⁴
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia¹⁻⁴
Corresponding email: 221120090.husna@uinbanten.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords

Mentoring
Bamboo weaving artisans
Prisen Village
Digital Marketing

Kata Kunci

Pendampingan
Pengrajin Anyaman Bambu
Kampung Prisen
Pemasaran Daring

ABSTRACT

This research contributes to the development of literature on the empowerment model of MSMEs based on community participation methods through digital marketing strategies in Prisen Village. To address this challenge, KKN students conducted a digital marketing mentoring and training program involving 30 artisans along with their guardians, government officials, and the local community. The mentoring program featured two speakers: the Head of the Serang City Cooperatives, Industry, and Trade Office and a community service lecturer. The results of this activity showed significant improvements in the artisans' communication skills and digital adaptation by 60%. This program has proven effective in increasing the competitiveness of traditional craft MSMEs in the digital era.

ABSTRAK

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur mengenai model pemberdayaan UMKM berbasis metode partisipasi masyarakat melalui strategi digital marketing di Kampung Prisen. Untuk menjawab tantangan tersebut, mahasiswa KKN menyelenggarakan program pendampingan dan pelatihan digital marketing yang melibatkan 30 pengrajin beserta wali, aparat pemerintah, dan masyarakat setempat. Program pendampingan menghadirkan dua narasumber yaitu Kepala Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang dan dosen pengabdian. Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan peningkatan signifikan kepada pengrajin salah satunya adalah kemampuan komunikasi dan adaptasi digital sebesar 60%. Program ini terbukti efektif guna meningkatkan daya saing UMKM kerajinan tradisional di era digital.

Pendahuluan

Di Era modern, perkembangan teknologi digital berkembang sangat pesat yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan salah satu nya dibidang ekonomi. Kehadiran internet memudahkan masyarakat untuk mengakses segala macam aktivitas seperti memperoleh informasi, komunikasi secara virtual, bersosialisasi di

media sosial, hingga belanja online dengan waktu kapan saja dan dimana saja. Berkat perkembangan teknologi cara komunikasi pemasaran pun berubah dari berdialog secara langsung menjadi berbasis layar (Ni et al., 2023).

Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang dilakukan oleh badan usaha maupun perorangan yang berdiri sendiri pada semua bidang ekonomi. UMKM merupakan hal krusial yang berdampak signifikan dalam peningkatan keuangan negara serta menjadi tulang punggung bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia (Suyanti et al., 2024). Dalam pelaksanaannya, UMKM perlu mengaplikasikan metode pemasaran yang efektif untuk mencapai target usaha. Penjualan ialah alur kegiatan yang dilaksanakan oleh pelaku usaha yang bertujuan guna mengembangkan usaha demi mencari keuntungan yang berkelanjutan (Saputri & Mawardi, 2022). Oleh karena itu, strategi digital marketing ialah salah satu cara untuk mencapai kesuksesan suatu perusahaan baik untuk perusahaan di sektor barang maupun jasa (M. Akromi Rohmatullah et al., 2025).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kelurahan Kiara, Kecamatan Walantaka, Kota Serang, tercatat jumlah UMKM pengrajin anyaman bambu mencapai 242 orang. Namun demikian, kondisi perekonomian para pengrajin masih berada pada tingkat yang relatif rendah, dengan rata-rata pendapatan bulanan berkisar antara Rp1.700.000 hingga Rp2.000.000. Nilai tersebut berada di bawah Upah Minimum Kota (UMK) Serang, sehingga menunjukkan adanya tantangan serius dalam aspek kesejahteraan dan keberlanjutan ekonomi pengrajin anyaman bambu di wilayah tersebut.

Kerajinan anyaman bambu adalah warisan budaya yang berharga dan memiliki peran ekonomi penting di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Kampung Prisen, Kelurahan Kiara, Kecamatan Walantaka. Secara turun-temurun, keterampilan pembuatan kerajinan anyaman bambu menjadi sumber penghidupan bagi banyak keluarga, diwariskan dari generasi ke generasi. Namun, para pengrajin menghadapi berbagai rintangan yang mengancam keberlanjutan usaha mereka. Tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan pasar yang semakin ketat. Produk-produk modern dengan desain inovatif dan harga yang terjangkau membanjiri pasar, mengubah preferensi konsumen dari produk tradisional. Selain itu, terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas juga menghambat para pengrajin anyaman bambu di Kampung Prisen untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha mereka secara signifikan. Oleh karena itu, program pendampingan pemasaran strategi digital marketing dirancang untuk memberikan solusi yang komprehensif dan berkelanjutan.

Beberapa pengabdian yang telah dilakukan sebelumnya menggambarkan dan membuktikan bahwa pendampingan pemasaran berbasis online dapat menjangkau

akses pasar hingga ke kancah nasional (Santoso et al., 2025). Melalui kebijakan pemerintah yaitu Kementerian Koperasi RI menekankan pentingnya terkait perubahan menuju ke digitalisasi bagi UMKM agar mampu berkompetitif di era industry 5.0. Urgensi kebijakan ini mendukung dan memperkuat agar dilakukannya upaya pendampingan dan pelatihan digital marketing (Adi et al., 2025).

Berdasarkan uraian masalah di atas, tujuan dari pengabdian ini melalui serangkaian pendampingan intensif, pelatihan, dan evaluasi berkala, untuk meningkatkan kemampuan para pengrajin dalam memasarkan produk mereka secara digital. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan taraf hidup mereka.

Metode

Pengabdian ini dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN diselenggarakan di Kampung Prisen, Kelurahan Kiara, Kecamatan Walantaka melalui program pendampingan dan pelatihan digital marketing. Kegiatan ini melibatkan Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang, dosen pengabdian, 30 pengrajin anyaman bambu Kampung Prisen beserta wali, mahasiswa KKN UIN SMH Banten, serta masyarakat lokal. Adapun sasaran utama program pendampingan adalah pengrajin anyaman bambu Kampung Prisen.

Langkah pertama yang dilakukan adalah pra-kegiatan meliputi koordinasi dengan stake holder setempat (perangkat desa), mengidentifikasi kebutuhan mitra, serta penyusunan waktu kegiatan. Pada tahap ini pun dilakukan pendataan pengrajin anyaman bambu selama 7 hari. Langkah kedua adalah pelaksanaan kegiatan pendampingan strategi digital marketing yang dilaksanakan pada tanggal 31 Juli 2025 di Posyandu Anggrek Kampung Prisen yang dihadiri oleh aparat pemerintah, perangkat desa, pengrajin anyaman bambu, serta masyarakat lokal.

Pada sesi pendampingan diisi oleh narasumber yang berpengalaman yakni Kepala Divisi Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang dan dosen pengabdian dengan metode interaktif, diskusi kelompok dan sesi tanya jawab. Tahap pelaksanaan juga dilakukan berbagai aktivitas di antaranya perwakilan pengrajin anyaman bambu berbagi pengetahuan mengenai langkah-langkah pembuatan kerajinan anyaman bambu. Kemudian, praktik secara langsung terkait teknik pemasaran digital marketing melalui shopee, tiktok dan instagram dipandu oleh Mahasiswa KKN UIN SMH Banten. Setelah pendampingan usai, pada tanggal 11 Agustus 2025 perwakilan dari pengrajin anyaman bambu Kampung Prisen mengikuti pelatihan digital marketing yang diselenggarakan oleh Dinkop Perindag Kota Serang.

Untuk mengukur sejauh mana program pendampingan berhasil tidaknya, maka dilakukan evaluasi secara berkala. Dari evaluasi tersebut menunjukkan hasil terdapat peningkatan signifikan mulai dari soft skill sebesar 60%, hard skill sebesar 75%, dan peningkatan ekonomi sebesar 50%. Untuk dapat mengetahui peningkatan secara signifikan tim KKN melakukan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara terstruktur, dokumentasi data penjualan, hingga mengolahnya menjadi data yang akurat.

Hasil dan Pembahasan

Tim KKN Kelompok 70 dari Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten telah melaksanakan kegiatan Community Empowerment di Kampung Prisen, Kelurahan Kiara, Kecamatan Walantaka, Kota Serang berlangsung pada tanggal 15 Juli sampai 23 Agustus 2025 menunjukkan hasil yang positif. Antusiasme masyarakat khususnya para pengrajin anyaman bambu menjadi salah satu faktor keberhasilan. Respons masyarakat yang menilai kegiatan ini sebagai peluang memperluas jangkauan pemasaran sekaligus meningkatkan pendapatan, memperlihatkan bahwa kegiatan berbasis kebutuhan (need-based program) memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi.

1. Tahap Persiapan

Tim KKN melakukan koordinasi dengan perangkat desa, rt, dan rw. Setelah koordinasi berhasil dilakukan tahap berikutnya yaitu melakukan pendekatan dan pendataan secara langsung ke rumah pengrajin anyaman bambu di RT 01 dan RT 02 Kampung Prisen melalui observasi dan wawancara. Pada tahap awal, para pengrajin menunjukkan antusiasme terhadap rencana pendampingan dan pelatihan digital marketing. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pemahaman mereka terkait strategi pemasaran secara online, sehingga kegiatan tersebut dianggap relevan dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi. Pendekatan dan pendataan pengrajin anyaman bambu dilaksanakan selama 7 hari dengan jumlah 30 orang beserta wali yang akan dilibatkan pada saat pendampingan digital marketing.



Gambar 1. Pendataan Pengrajin Anyaman Bambu di Kampung Prisen

Tabel 1. Data Pengrajin Anyaman Bambu Pada Pendampingan Strategi Digital Marketing di Kampung Prisen Kelurahan Kiara Kecamatan Walantaka

No	Nama	Jenis Anyaman
1	Sami	Ayatan
2	Sainah	Kipas
3	Kadiah	Cepon / Bakul
4	Itoh	Kipas
5	Mirah	Sujen
6	Rasi	Irig
7	Nur Aini	Tusuk Papeda
8	Sairah	Kipas
9	Lamsah	Tusuk Papeda
10	Nibah	Tusuk Papeda
11	Riana	Kipas
12	Sawina	Kipas
13	Sawiyah	Sujen
14	Ratih	Cepon / Bakul
15	Masitoh	Kipas
16	Sadim	Pepetan Wewe
17	Kasri	Asepan
18	Jaya	Irig
19	Sahari	Suling / Terompet
20	Tunah	Kipas
21	Mispah	Kipas
22	Marsiah	Kipas
23	Siman	Bedug
24	Rima	Cepon / Bakul
25	Rasih	Tampah Besar
26	Sarah	Kipas
27	Janah	Kipas
28	Syahrani	Bakul
29	Basriah	Kipas
30	Tuah	Tusuk Papeda

Setelah pendekatan dan pendataan dilakukan, pada tanggal 25 Juli 2025, Mahasiswa KKN melakukan pembentukan paguyuban UMKM pengrajin anyaman bambu yang dinamakan Prisen Creative. Dengan kehadiran paguyuban diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan para pengrajin,

menjaga keberlanjutan usaha yang ramah lingkungan, serta memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat sekitar.

2. Tahap Pelaksanaan dan Analisis

Implementasi pendampingan digelar pada tanggal 31 Juli 2025 tepatnya di Posyandu Anggrek Kampung Prisen. Pada acara pendampingan terdapat 2 narasumber yaitu dosen pengabdian dan Dinas Koperasi UKM Perindag Kota Serang. Materi pendampingan dititikberatkan pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital marketing secara interaktif dan tanya jawab yang mencakup: (1) pemahaman dasar mengenai konsep digital marketing dan perannya dalam pengembangan usaha; (2) pemanfaatan marketplace sebagai alternatif jalur penjualan yaitu shopee; serta (3) strategi membangun branding dan interaksi dengan konsumen secara berkelanjutan.

Terakhir dari Mahasiswa KKN memberikan pemaparan tentang langkah-langkah penjualan di shopee hingga proses packing product. Akun tiktok dan instagram pengrajin anyaman bambu digunakan sebagai sarana promosi produk UMKM. Setelah itu, link shopee dicantumkan di akun tiktok dan Instagram. Tak hanya disitu, TIM KKN membimbing dalam pembuatan konten kreatif berupa foto, video, dan narasi promosi yang menarik.



Gambar 2. Pendampingan Strategi Digital Marketing

Hasil kegiatan pendampingan UMKM pengrajin anyaman bambu Kampung Prisen terbukti efektif yang dibuktikan dengan salah satu pengrajin anyaman mengatakan bahwa kemajuan teknologi yang semakin pesat saat ini telah menggeser aktivitas pemasaran ke arah pemasaran berbasis online atau digital marketing. Pemanfaatan internet dalam kegiatan bisnis menjadi strategi efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun global. Para pelaku usaha cenderung menggunakan digital marketing seiring dengan perkembangan era digital. Informasi mengenai berbagai produk kini mudah

diakses melalui internet, sehingga interaksi maupun transaksi dapat dilakukan secara fleksibel kapan pun dan di mana pun. Selain itu, konsumen dapat menelusuri beragam produk secara online, memesan, memilih, bahkan membandingkannya dengan produk lain.

3. **Monitoring dan Evaluasi**

Dalam rangka mengukur efektivitas program pendampingan, tim pelaksana melaksanakan evaluasi secara periodik sebagai instrumen penilaian keberhasilan. Hasil evaluasi memperlihatkan adanya peningkatan yang signifikan pada beberapa aspek kompetensi dan capaian ekonomi. Pada ranah soft skill, terjadi peningkatan sebesar 60% yang mencakup kemampuan komunikasi serta adaptasi terhadap teknologi digital. Sementara itu, pada aspek hard skill, peningkatan mencapai 75% yang meliputi keterampilan pemanfaatan platform digital dan produksi konten. Selain itu, indikator ekonomi juga menunjukkan kenaikan sebesar 50% sebagai implikasi dari strategi pemasaran yang lebih efektif.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lapangan, wawancara terstruktur dengan para pelaku usaha, dokumentasi perkembangan data penjualan, hingga analisis kuantitatif untuk memperoleh gambaran yang valid dan reliabel. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendampingan digital marketing yang diterapkan dengan pendekatan partisipatif melalui interaksi interaktif, diskusi kelompok, dan sesi tanya jawab telah terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas daya saing UMKM kerajinan tradisional di tengah tuntutan transformasi digital.

4. **Kendala dan Solusi**

Kendala yang dihadapi ialah (a) minimnya pemahaman para pengrajin anyaman bambu dalam berjualan secara online; (b) keterbatasan handphone (alat pemasaran digital marketing); (c) penjualan awal secara online sulit terjual habis. Solusi yang digunakan: (a) akun penjualan secara online (shopee), tiktok, dan instagram dikelola oleh salah satu pemuda kampung prisen; (b) seller menyerahkan produk kerajinan yang telah dipesan oleh konsumen kepada satu orang sebagai pengelola produk kerajinan; (c) memperkuat strategi pemasaran melalui konten produk kerajinan yang menarik.

Kesimpulan

Program pendampingan dan pelatihan digital marketing bagi pengrajin anyaman bambu di Kampung Prisen, Kelurahan Kiara, Kecamatan Walantaka, terbukti efektif meningkatkan kompetensi serta daya saing UMKM lokal. Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada soft skill (60%), hard skill (75%),

serta pendapatan ekonomi (50%). Dari sisi praktis, kegiatan ini memberikan solusi nyata dalam memperluas akses pasar, memperbaiki strategi penjualan, dan meningkatkan taraf hidup para pengrajin. Sementara itu, dari perspektif akademis, hasil kegiatan ini memperkaya literatur pengabdian masyarakat dengan menegaskan bahwa metode partisipatif berbasis interaksi, diskusi kelompok, dan praktik langsung merupakan pendekatan yang relevan untuk menjawab tantangan UMKM di era digital.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, terdapat beberapa rekomendasi untuk pengembangan program pendampingan digital marketing pengrajin anyaman bambu kampung prisen, yaitu:

1. Bagi masyarakat/pengrajin: peningkatan konsistensi dalam mengelola platform digital, optimalisasi konten kreatif, serta penguatan kolaborasi melalui paguyuban Prisen Creative agar pemasaran lebih terstruktur.
2. Bagi pemerintah daerah: penyediaan fasilitas pendukung seperti perangkat digital dan program pelatihan lanjutan agar pengrajin dapat lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.
3. Bagi akademisi/peneliti: perlunya kajian lebih lanjut terkait model pendampingan berbasis digital marketing di sektor UMKM kerajinan, sehingga dapat menghasilkan rekomendasi teoritis dan praktik yang berkontribusi pada penguatan literatur pengabdian masyarakat di era industri 5.0.

Deklarasi

Kontribusi Penulis

Penulis mengucapkan terima kasih ke berbagai pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan program selama KKN berlangsung di antaranya pemerintah desa kiara, masyarakat kampung prisen, dosen pembimbing lapangan, serta seluruh anggota tim KKN UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Pernyataan Pendanaan

Mahasiswa KKN tidak menerima pendanaan secara khusus baik dari lembaga publik, nirlaba, dan komersial dalam kegiatan ini.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan selama pelaksanaan hingga pelaporan KKN tidak memiliki konflik kepentingan kepada pihak manapun.

Informasi Tambahan

Seluruh penulis telah berkontribusi dalam perancangan, pelaksanaan, analisis data, evaluasi dalam penulisan naskah artikel jurnal ini.

Referensi

- M. Akromi Rohmatullah et al., (2025). Pendampingan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada UMKM Spesial Bintang Aeng Baja Raja Bluto Sumenep. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Ayak Dhien*, 4(2), 99–109.
- Ni, Husna, Indriani, F., Nurhayati, I. T., & Rahayu, L. D. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Bekare. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 60–61. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.982>
- Saputri, N, A., Mawardi, F, D. (2022). Digital Marketing: Pendampingan Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Batu. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 3(2), 155–163. <https://doi.org/10.22219/janayu.v3i2.21976>
- Susanto et al. (2025). Model Pemberdayaan Ekonomi Lokal Berbasis Produk Kerajinan Desa. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 26(1), 75–84.
- Suyanti, E., Suciati, E. W., Sahna, E. N., Fitriani, E., Nirani, Y., & Kediri, I. (2024). Pendampingan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Callalily Artisan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 183–189. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.846>
- Wirasta, Adi., Alham, P.A. Ardianda, Khairulsyah, SL., et al., (2025). Pot Bunga Sakatiga Seberang (Optimalisasi Produksi Pot Bunga Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Lokal Di Desa Sakatiga Seberang). *Kontribusi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–7.