To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat
Oktober 2024, Vol.7, No.3, hal, 463-474
ISSN(P): 2622-6332; ISSN(E): 2622-6340
http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/tomaega

Pelatihan Kerajinan Tangan dan Pemasaran Berbasis Online Bagi Kelompok Remaja Putri Di Kabupaten Gowa

Haerana[1*], Sudarmi[2], Fatmawada Sudarman [3]

[1,2] Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar
[3]Administrasi Publik, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, YAPIS Biak, Papua

**Correspondent Email: Haerana@unismuh.ac.id*

Article History:
Received: 26-04-2024; Received in Revised: 17-06-2024; Accepted: 04-07-2024
DOI: http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.v7i3.2710

Abstrak

Kerajinan tangan adalah upaya membuat suatu produk dengan daya kreatifitas yang tinggi dan produk tersebut biasanya bernilai estetik dan atau bahkan bernilai ekonomis, dimana saat ini kerajinan tangan telah banyak dipasarkan melalui media online. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan kerajinan tangan dan pemasaran berbasis media online bagi kelompok remaja putri sehingga dapat diwujudkan pemahaman dan keterampilan untuk melatih kreativitas kelompok remaja tersebut. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu : 1) Persiapan dengan sosialisasi kegiatan kepada kelompok remaja putri, untuk memudahkan koordinasi maka akan dibentuk kelompok belajar, 2) Pelaksanaan dilakukan dengan cara penyuluhan, 3) Evaluasi dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada peserta kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat untuk mengukur perubahan atas tingkat pengetahuan dan keterampilan kelompok remaja putri setelah mengikuti kegiatan ini. Proses pemasaran dilakukan secara offline dan online. Kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan memberikan dampak yang sangat baik kepada para peserta, sejumlah peserta telah meningkat pengetahuan dan keterampilannya dalam membuat krajinan tangan dari bahan tali Kur serta terjadi peningkatan pengetahuan dalam aspek pemsaran berbasis digital. Dari hasil penyebaran kuesioner, menunjukkan bahwa terdapat 64,23 % peserta telah dikategorikan “baik” dalam memahami teknik pembuatan produk inovatif kerajinan tangan yang diajarkan dan terdapat 66,89 % peserta telah memiliki tingkat pemahaman yang “baik” terhadap penggunaan website/blog dan social media seperti Instagram dan facebook sebagai sarana pemasaran online. Dengan demikian maka tema pelatihan yang direkomendasikan untuk dilaksanakan selanjutnya adalah terkait penguatan kapasitas dan penatakelolaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital.

Kata Kunci: Kerajinan Tangan; Media Online; Pemasaran

Abstract

Handicrafts are an effort to make a product with high creativity and these products usually have aesthetic value and or even economic value, where currently handicrafts are widely marketed through online media. The aim of this activity is to provide online media-based handicraft and marketing training for groups of young women so that understanding and skills can be realized to train the creativity of these groups of teenagers. This activity is carried out in three stages, namely: 1.) Preparation by socializing the activity to groups of young women, to facilitate coordination a study group will be formed, 2.) Implementation is carried out by means of counseling, 3.) Evaluation is carried out by distributing

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

questionnaires to activity participants empowerment for the community to measure changes in the level of knowledge and skills of groups of young women after participating in this activity. The marketing process is carried out offline and online. The training activities that have been carried out have had a very good impact on the participants, a number of participants have increased their knowledge and skills in making handicrafts from Kur rope and there has been an increase in knowledge in digital-based marketing aspects. From the results of distributing questionnaires, it shows that 64.23% of participants have a very good understanding of the techniques for making innovative handicraft products that are taught and 66.89% of participants have a very good level of understanding of the use of websites/blogs and social media such as Instagram and Facebook as an online marketing tool. Thus, the recommended training theme to be implemented next is related to strengthening the capacity and management of social media as a means of digital marketing.

Keywords: Handicrafts; Online media; Marketing.

1. Pendahuluan

Kerajinan tidak hanya sekedar konstruksi tetapi jauh daripada hal tersebut, maka kerajinan merupakan arsitektur yang menghubungkan rancangan dengan proses pengerjaan, menghubungkan ide dalam pikiran dengan tubuh sebagai bagian dari proses penciptaan lingkungan kreatifitas (Tratnik, 2020). Sehingga kegiatan yang dilakukan mengarah pada upaya untuk menghasilkan barang atau produk. Dalam kerajinan, diperlukan keterampilan, kreativitas, dan keahlian khusus untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi, terdapat banyak produk kerajinan yang bersumber dari bahan mentah yang berbeda dimana proses pembuatannya tergolong mengandung nilai estetika, mencakup budaya lokal dan karenanya akan bernilai ekonomis yang dapat mendatangkan pendapatan bagi pengrajin.

Pemasaran merupakan media yang membantu produk-produk yang berhasil diciptakan akan diperkenalkan kepada para target pasar di berbagai wilayah. Aspek pemasaran perlu untuk dikelola dengan baik sebab pengelolaan pemasaran akan membantu pelaku usaha untuk mempromosikan produk dan atau jasa yang dimiliki sehingga target volume penjualan setiap periode produksi dapat terpenuhi. Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi juga berdampak pada perkembangan metode pemasaran, sehingg penting untuk tetap up-to-date dengan perubahan dalam industri dan memahami cara mengoptimalkan strategi pemasaran Anda untuk mencapai hasil yang diinginkan (CLaresta et al., 2023). Kemajuan pemasaran berbasis digital dan pemasaran langsung membuat perubahan pada cakupan akan temuan oleh para pakar pemasaran dalam pengambilan keputusan (Guercini, 2022).

Saat ini lingkungan yang didominasi oleh teknologi dan hiburan digital dapat membuat remaja lebih tertarik pada aktivitas yang berbasis media online daripada kegiatan fisik seperti kerajinan tangan. Hal ini bisa disebabkan oleh ketidaksetaraan antara pengalaman virtual dan dunia nyata. Remaja mungkin belum menyadari bahwa melibatkan diri dalam kerajinan tangan dapat memberikan rasa kepuasan dan merangsang kreativitas. Ini bisa disebabkan oleh kurangnya dorongan atau

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

pemahaman tentang nilai ekspresi diri melalui kerajinan. Jika dilihat saat ini kerajinan tangan menjadi trend untuk membuka peluang bisnis melalui media online.

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi menjadikan ruang pemasaran secara luas terbuka lebar dan berdarakan pengamatan menunjukkan bahwa Remaja Putri di Kabupaten Gowa tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang peluang bisnis yang ada di sekitar mereka. Ini bisa disebabkan oleh kurangnya pendidikan tentang kewirausahaan di sekolah atau kurangnya pemahaman keluarga tentang dunia bisnis dan kurangnya pengetahuan tentang kerajinan tangan sehingga dapat menyebabkan kurangnya minat. Remaja saat ini lebih banyak menghabiskan waktunya menonton video hiburan saja tanpa berupaya untuk ikut dalam program pengembangan keterampilan kewirausahaan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya akses atau kesempatan di lingkungan mereka.

Selain itu, kurangnya pemahaman remaja putri di kabupaten Gowa tentang pemasaran online yang dapat membuat mereka lebih rentan terhadap penipuan atau praktik bisnis yang tidak etis. Ketidakpahaman terhadap pengaruh media sosial atau platform e-commerce juga dapat mengurangi kemampuan mereka untuk membuat keputusan pembelian yang cerdas. Oleh karena itu, dengan adanya kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat ini sangat penting untuk memberikan penyuluhan serta pelatihan tentang kerajinan tangan dan pemasaran berbasis media online bagi kelompok remaja putri di Kabupaten Gowa, agar mendukung atau mempromosikan kegiatan kerajinan tangan dan memahami cara mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis media online.

Setelah dilakukan observasi oleh Tim PKM, Permasalahan mitra yang dapat diidentifikasi, antara lain: Kelompok remaja putri tidak mengetahui pembuatan kerajinan tangan khususnya seperti : Gelang, Gantungan Kunci, dan Aksesoris lainnya yang terbuat dari talikur; Kelompok remaja putri tidak memahami tentang tata cara pembuatan e-commerce berbasis media online seperti : Website/Blogspot, Instagram, dan Facebook; Kelompok remaja putri tidak memahami tentang tata cara pemasaran berbasis media online seperti : Website/Blogspot, Instagram, dan Facebook.

Adapun indikator pencapaian target dan luaran dari Pelatihan Kerajinan Tangan Dan Pemasaran Berbasis Media Online Bagi Kelompok Remaja Putri di Kabupaten Gowa adalah : Peningkatan pengetahuan dan keterampilan kelompok remaja putri dalam pembuatan kerajinan tangan khususnya seperti : Gelang, Gantungan Kunci, dan Aksesoris lainnya yang terbuat dari talikur. Diselenggarakan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan kelompok remaja putri tentang pembuatan kerajinan tangan yang terbuat dari tali kur; Peningkatan keterampilan kelompok remaja putri terkait tata cara pembuatan e-commerce berbasis media online. Diselenggarakan pelatihan tentang mekanisme proses tata cara pembuatan e-commerce berbasis media online seperti : Website/Blogspot, Instagram, dan Facebook; Peningkatan keterampilan kelompok remaja putri terkait tata cara

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

pemasaran berbasis media online. Diselenggarakan pelatihan tentang tata cara mempromosikan barang melalui media online seperti : Website/Blogspot, Instagram, dan Facebook.

2. Metode

Kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kreativitas kelompok remaja putri di Kabupaten Gowa dalam menciptakan produk atau barang secara manual dengan menggunakan keterampilan dan keahlian tangan untuk menghasilkan kerajinan tangan yang terbuat dari tali Kur serta memberikan edukasi tentang pemasaran berbasis media online yang dapat membantu remaja untuk lebih sadar dan terampil dalam berinteraksi dengan dunia digital, sekaligus membuka peluang baru dalam hal pengembangan keterampilan dan pengetahuan mereka.

Kegiatan pelatihan kerajinan tangan ini diikuti sebanyak 10 orang remaja putri dan dilaksanakan di Jl. Abdul Kadir Dg Suro, Kelurahan Samata, Kabupaten Gowa dan setelah pelaksanaan kegiatan maka untuk mengukur tingkat keberhasilan dari kegiatan tersebut maka akan disebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data terkait tingkat peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, untuk selanjutnya akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif merupakan teknik mengumpulkan data dalam bentuk angka-angka sehingga diketahui polanya, singkat dan jelas akan suatu gejala dan kemudian dapat ditentukan pemaknaan atas data tersebut (Salim & Syahrum, 2014). Berikut adalah tabel penentuan kriteria kualitas pelaksanaan PKM :

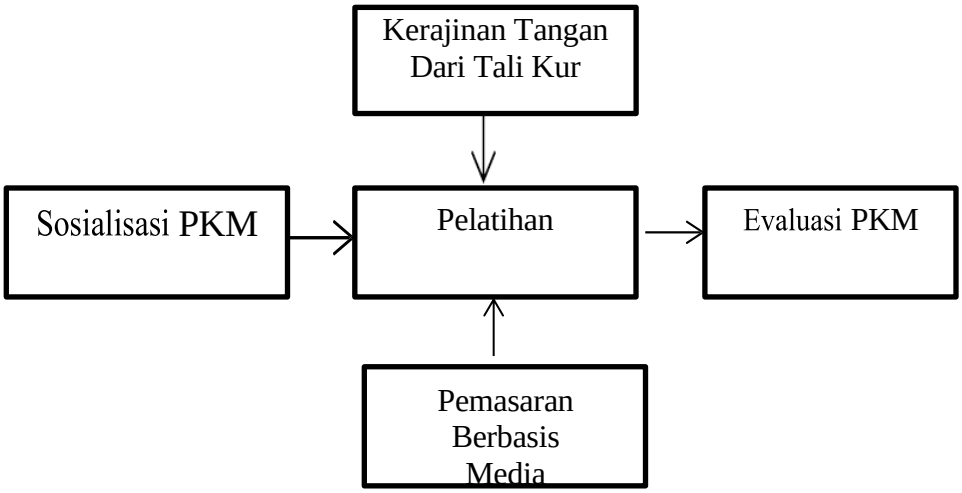
Tabel 1. Kriteria Tingkat Peningkatan Pengetahuan/Keterampilan Peserta

Rentang Persentase	Kriteri
0 % - 19,99 %	Sangat Tidak Baik
20 % - 39,99 %	Tidak Baik
40 % - 59,99 %	Cukup
60 % - 79,99 %	Baik
80 % - 100 %	Sangat Baik

Kegiatan pengabdian ini mempunyai tahapan yang tergambarkan dalam bagan alur kegiatan yang terdiri dari tahap sosialisasi, tahap pelatihan dan tahap evaluasi (Gambar 1). Sosialisasi menjadi kegiatan pertama yang dilakukan sebab dengan dilakukannya sosialisasi akan memberikan pemahaman kepada calon peserta untuk memahami maksud dan tujuan dari pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang akan dilaksanakan (Khairani & Pratiwi, 2018). Sejumlah rencana prosedur kegiatan yang dilakukan adalah mengidentifikasi potensi pelaku dan mitra terkait dengan jumlah dan keahlian tenaga kerja ketersediaan bahan baku peralatan manajemen pasar dan lingkungan internal

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

lainnya serta lingkungan eksternal yang terkait dengan operasi bisnis; analisis kebutuhan mitra; dan perencanaan penyusunan rencana kerja berbasis permasalahan mitra. Sedangkan kegiatan terakhir adalah dilakukannya evaluasi PKM dengan tujuan untuk mengukur sejauhmana peningkatan pengetahuan dan keterampilan para peserta (Haerana & Riskasari, 2022).



Gambar 1. Alur Kegiatan PKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini diikuti oleh para remaja putri dan mereka sangat bersemangat untuk mengikuti kegiatan ini sebab pelatihan kerajinan tangan ini merupakan yang pertama di lakukan di lokasi tempat tinggal mereka dan juga karena remaja-remaja putri tersebut berkeinginan untuk memiliki usaha kerajinan tangan dan memasarkannya melalui media online seperti Website/Blogspot, Instagram, dan Facebook.

a. Pelatihan Kerajinan Tali Kur

Kerajinan anyaman sangat digemari dari dulu hingga sekarang sebab sangat variatif dan memiliki keindahan tersendiri dengan bahan yang beraneka ragam, misalnya rotan, bambu dan juga dapat terbuat dari bahan sintetis seperti tali Kur (Ujung & Chairani, 2018). Salah satu bahan dasar kerajinan tangan yang sangat eksklusif adalah Tali Kur. Keunikan ini terletak pada beragam bentuk dan modelnya, serta pilihan warna yang sangat bervariasi (ES & Vahlia, 2019).

Keunggulan dari kerajinan tangan dari Tali Kur terletak pada bahannya yang kuat sehingga lebih awet dan tahan lama. Serta desainnya yang unik dengan tali-tali yang ditata dengan indah dan dimodifikasi dengan menambahkan berbagai aksesoris lainnya yang dipadukan dengan talikur, membuat talikur semakin cantik bagi pemakainya.

Kerajinan ini membutuhkan kreatifitas dalam membuat talikur menjadi produk yang memiliki nilai jual. Sebab semakin tinggi tingkat kreativitas produsen maka model yang dibuat akan semakin bagus dan harganya pun

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

semakin mahal. Karena warnanya yang cerah dan sangat indah, talikur dapat digunakan untuk membuat berbagai aksesoris seperti gelang, gantungan kunci, kalung, tas, dan lain-lainnya. Kerajinan talikur saat ini makin banyak yang menggemari. Hasil pembuatan kerajinan talikur menunjukkan perubahan yang signifikan dengan adanya berbagai desain dan model kerajinan talikur yang bervariasi dan memiliki nilai ekonomis (jual) lebih tinggi (Andriyani & Murniasih, 2019).

Adapun tujuan pelatihan ini adalah guna memberikan informasi kepada remaja tentang manfaat dan nilai kreatif dari kerajinan tangan, Menyediakan fasilitas, alat, dan bahan yang dibutuhkan untuk melakukan kerajinan tangan serta memberikan dukungan dari keluarga dan komunitas, Mendorong remaja untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui kerajinan tangan dan menyadari bahwa ini dapat menjadi bentuk hiburan yang bermanfaat dan memuaskan.

Pelatihan pembuatan kerajinan berbahan tali Kur dilakukan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan awal bagi kelompok remaja putri kabupaten Gowa. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode sosialisasi atau penyuluhan, praktik, tanya jawab, dan evaluasi digunakan untuk menyampaikan pengetahuan secara umum prospek usaha pembuatan kerajinan berbahan tali kur, contoh-contoh pola atau simpul dalam pembuatan kerajinan berbahan tali kur, perencanaan jumlah dan panjang tali yang dibutuhkan untuk membuat gelang, gantungan kunci, dan aksesoris lainnya, alat dan bahan yang diperlukan untuk membuat aksesoris, serta langkah-langkah membuat gelang dan gantungan kunci dengan berbahan dasar tali Kur.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan



Gambar 3. Model Kerajinan Hasil Pelatihan (1)



Gambar 4. Model Kerajinan Hasil Pelatihan (2)

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

b. Pelatihan Pemasaran Online

Di Indonesia, kemajuan teknologi internet yang mampu memfasilitasi media yang murah dan jangkauan mendunia yang menjadi pra-syarat bagi berlansungnya perdagangan elektronik/digital (e-commerce). Potensi pasar pengguna dunia maya (internet) di dunia terus mengalami tren peningkatan, tak terkecuali di Indonesia. Electronic Commerce (E-Commerce) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan computer. Untuk mendukung kelangsungan UMKM, penting memberikan pelaku UMKM keterampilan dan pengetahuan tentang e-commerce agar mereka dapat meningkatkan daya saing dan mencapai pasar yang lebih luas (Wulansari, Wiryawan, Nursiyanto, & Zaini, 2023).

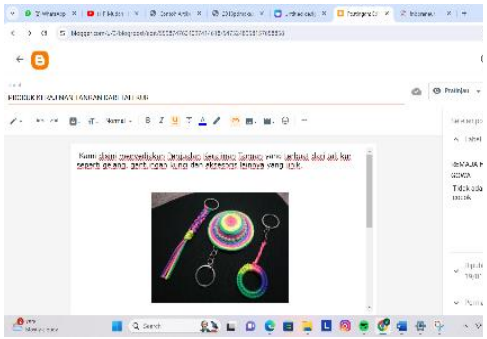
Dalam aspek pemasaran, hal yang paling krusial adalah memperkenalkan produk kepada pelanggan, sebab tidak ada penjualan jika pelanggan tidak mengenal produk yang sedang dipasarkan (Haerana, Fatmawati, & Asdar, 2023). Pemasaran berbasis digital sangat berperan saat ini. Penting bagi pelaku usaha pada level manapun untuk menggunakan platform digital dalam pemasaran sebab akan dapat menjangkau pelanggan lebih luas dan dipastikan dengan demikian dapat tetap dijalur kompetitif. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik melalui kanal-kanal penjualan online maka membuka peluang pelaku usaha kecil terhubung dengan target pembeli sehingga mampu meningkatkan volume penjualan (Wadhwa, 2023), pada dasarnya digitalisasi pemasaran sangat bermanfaat bagi pengusaha sebab dapat meminimalisir biaya promosi, jangkauan pasar lebih besar, transaksi dilakukan secara online (Syukri & Sunrawali, 2022), selain itu juga dapat meningkatkan performa bisnis dengan intensnya iklan produk ditayangkan, perbaikan reputasi perusahaan sehingga mengarah pada pengembangan usaha dan berdaya saing (Omar et al., 2020).

Pelatihan pembuatan e-commerce ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan remaja putri dalam memanfaatkan teknologi sebagai lahan bisnis. Memberikan pendidikan kewirausahaan yang lebih baik, menciptakan lingkungan yang mendukung, dan menyediakan kesempatan untuk belajar dari pengusaha sukses dapat membantu membangun jiwa kewirausahaan pada generasi muda. Pembuatan e-commerce ini sebagai bentuk dari penjualan berbasis digital yang sangat diminati oleh banyak kalangan. Sebab, dapat mengefisienkan waktu,tenaga, dan biaya yang terjangkau Ketika membeli produk melalui e-commerce. Pelatihan ini dilakukan dengan menjelaskan tata cara membuat website atau blogspot serta media social seperti Instagram dan facebook.

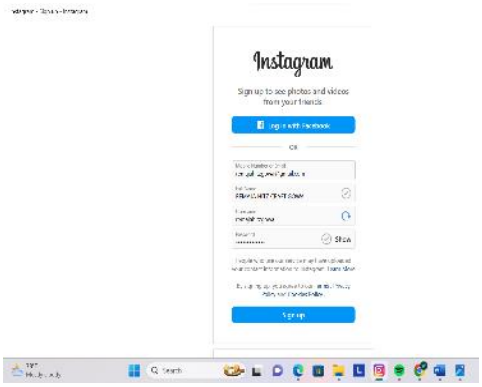
©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



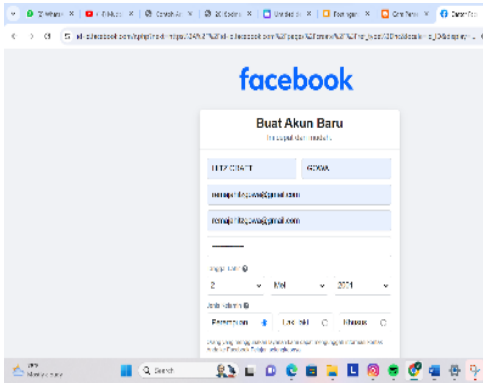
Gambar 5. Pelatihan Pembuatan Akun E-commerce



Gambar 6. Pembuatan Akun Website/Blogspot



Gambar 7. Pembuatan Akun Instagram



Gambar 8. Pembuatan Akun Facebook

Pemasaran berbasis media online adalah pendekatan pemasaran yang memanfaatkan platform dan kanal digital untuk mencapai tujuan pemasaran. Pemasaran berbasis media online melibatkan strategi promosi dan interaksi dengan konsumen melalui platform online seperti sosial media, situs web, dan mesin pencari. Ini mencakup penggunaan iklan digital, konten online, dan analisis data untuk mencapai tujuan pemasaran. Pemasaran berbasis media online memungkinkan perusahaan untuk lebih tepat sasaran dalam menjangkau audiensnya, mengukur kinerja dengan lebih akurat, dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren pasar digital.

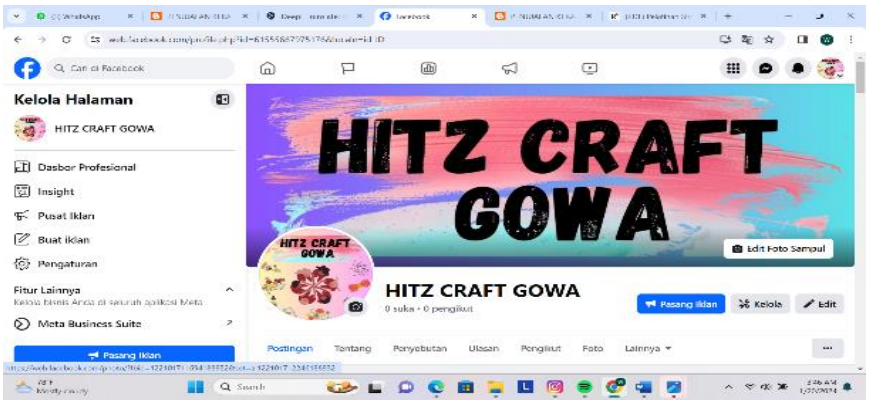
Pelatihan pemasaran berbasis media online ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman kepada kelompok remaja putri tentang upaya pemasaran melalui promosi dan distribusi produk, Memahami pergeseran paradigma Pemasaran Tradisional menuju e-Marketing;Mengerti beberapa metode terpopuler untuk mensukseskan strategi pemasaran perusahaan melalui media online/internet; dan Dapat melakukan praktik tentang cara menerapkan konsep-konsep e-Marketing. Memberikan upaya edukasi tentang pemasaran berbasis media online yang dapat membantu remaja untuk lebih sadar dan terampil dalam berinteraksi dengan dunia digital, sekaligus membuka peluang baru dalam hal pengembangan keterampilan dan pengetahuan mereka. Dalam pelatihan ini semua perserta diberikan bekal tentang tata cara pemasaran

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

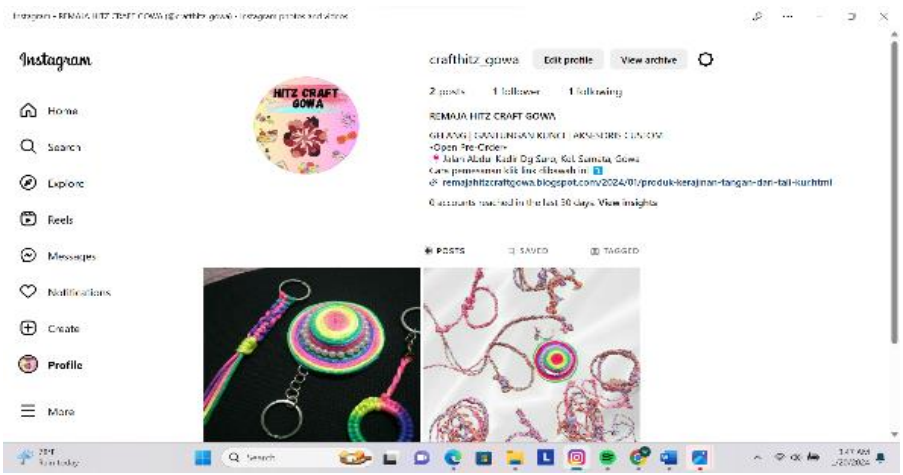
produk berbasis media online yaitu seperti website/blogspot, media social Instagram dan facebook.



Gambar 9. Tampilan website blog https://remajahitzcraftgowa.blogspot.com/2024/01/produk-kerajinan-tangan-dari-tali-kur.html



Gambar 10. Tampilan Facebook https://web.facebook.com/profile.php?id=61555667975176&locale=id_ID



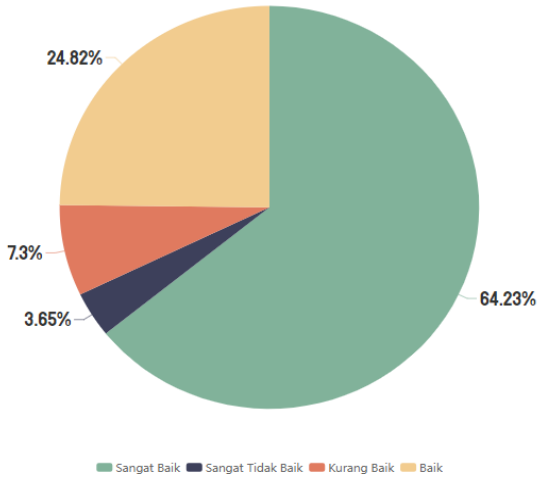
Gambar 11. Tampilan Instagram https://www.instagram.com/crafthitz_gowa?igsh=YzljYTk1ODg3Zg==

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Pelatihan ini akan difokuskan pada pembahasan strategi memanfaatkan paradigma online menjadi kekuatan dalam pemasaran. Pelatihan ini didesain untuk peserta dengan berbagai latar belakang pendidikan, sehingga akan dibawakan secara umum dan popular (peserta tidak memerlukan latar belakang teknis).

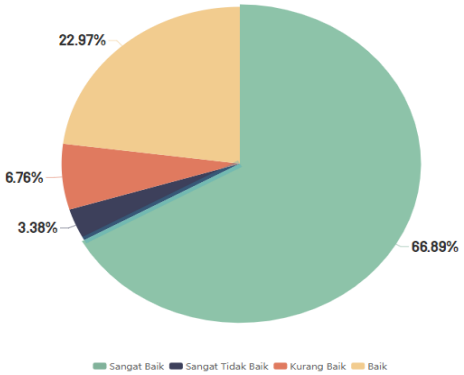
c. Evaluasi Pelaksanaan PKM

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada peserta untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan terdapat 64,23 % peserta pada **Gambar 12** yang telah dengan "Baik" memahami teknik pembuatan produk inovatif kerajinan tangan berbahan dasar tali Kur yang diajarkan pada PKM tersebut.



Gambar 12. Hasil Olahan Kuesioner

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada peserta untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan terdapat 66,89 % peserta pada **Gambar 13** dapat dikategorikan "Baik" dalam memahami teknik pembuatan dan pemasaran berbasis media online seperti : website/blogspot, Instagram dan facebook sebagai sarana pemasaran online yang diajarkan pada PKM tersebut.



Gambar 13. Hasil Olahan Kuesioner.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

4. Kesimpulan

Kegiatan pelatihan ini berjalan dengan baik dengan berdasarkan nilai evaluasi yang ditunjukkan pada pembagian kuesioner kepada peserta yaitu 64,23% peserta telah berkategori "Baik" dalam memahami teknik pembuatan produk inovatif yang diajarkan dan 66,89% peserta telah memiliki tingkat pemahaman yang "Baik" terhadap penggunaan website/blog dan media social seperti Instagram dan facebook sebagai sarana pemasaran online. Hasil evaluasi kinerja masuk dalam kategori sangat baik, dengan pemaknaan bahwa seluruh peserta memahami semua aspek pelatihan yang sudah dilaksanakan. Dengan adanya PKM ini merupakan langkah yang tepat sebagai salah satu upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok remaja putri kabupaten Gowa. Materi pelatihan selanjutnya ditargetkan pada perluasan pemasaran online dengan memanfaatkan marketplace, media sosial dan sejumlah aplikasi e-commerce lainnya di Indonesia sehingga semakin dikenalnya produk kerajinan tangan tersebut.

5. Daftar Pustaka

Andriyani, D., & Murniasih, C. (2019). Pemberdayaan Perempuan Pengrajin Talikur. *Seminar Nasional LPPM-UT*. Retrieved from https://repository.ut.ac.id/8052/1/86-96 Suhartono.pdf

CLaresta, Johana, K., & . S. (2023). Marketing Endorsement Activities on the Level of Sales and the Existence of Online Shop Tokikubytata. *KnE Social Sciences*, *2023*, 77–88. https://doi.org/10.18502/kss.v8i12.13653

Erwansyah, E., Saragih, R., & Purba, T. O. H. (2022). Penguatan Digitalisasi Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Pelaku Umkm Perempuan Di Kota Medan, Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, *2*(2), 137–144. https://doi.org/10.46880/methabdi.vol2no2.pp137-144

ES, Y. R., & Vahlia, I. (2019). Bangun Jiwa Kewirausahaan Dan Kreatifitas Melalui Pelatihan Kerajinan Talikur Bagi Ibu Rumah Tangga Di Lampung Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *3*(2), 164. https://doi.org/10.31764/jmm.v0i0.1202

Guercini, S. (2022). Scope of heuristics and digitalization: the case of marketing automation. *Mind and Society*, *21*(2), 151–164. https://doi.org/10.1007/s11299-022-00291-x

Haerana, H., Fatmawati, F., & Asdar, A. (2023). Pelatihan Diversifikasi Produk pada Pengrajin Bambu di Desa Sawakong Kabupaten Takalar. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, *4*(2), 135–143. https://doi.org/10.36590/jagri.v4i2.803

Haerana, & Riskasari. (2022). *Literasi Digital Dalam Pelayanan Publik*. *6*(2), 131–137. https://doi.org/https://doi.org/10.30656/jpmwp.v6i2.4052

Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 36–43. https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18

Omar, F. I., Zan, U. M. S. M., Hassan, N. A., & Ibrahim, I. (2020). Digital Marketing: An Influence towards Business Performance among Entrepreneurs of Small and Medium Enterprises. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *10*(9), 126–141. https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i9/7709

Salim & Syahrum. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Retrieved from https://www.academia.edu/51148224/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_by_Drs_Syahrum_M_Pd

Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, *19*(1), 170–182. https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207

Tratnik, G. A. (2020). *The Etymology Of Craft*. Retrieved from https://typeset.io/pdf/the-etymology-of-craft-1v6x1tjs.pdf

Ujung, C. S., & Chairani, C. C. (2018). Analisis Karya Seni Kerajinan Anyam Tali Kur Siswa Kelas X Madrasah Aliyah Negeri 1 Stabat Berdasarkan Teknik Bentukdan Warna. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, *7*(1), 66. https://doi.org/10.24114/gr.v7i1.10853

Wadhwa, S. (2023). Role of Digital Marketing in Business: an Empirical Study for Small and Medium Businesses. *PsychologyandEducation*, *55*(1), 182–189. https://doi.org/10.48047/pne.2018.55.1.18

Wulansari, O. D. E., Wiryawan, D., Nursiyanto, N., & Zaini, T. M. (2023). Pelatihan Dan Pembuatan E-Commerce Pada Umkm Pengrajin Bambu Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah Kecamatan Gunung Alip Tanggamus. *Buguh: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1), 99–104. https://doi.org/10.23960/buguh.v3n1.2153.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).