

## PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK PENINGKATAN PROMOSI PRODUK KERAJINAN KULIT DI DESA WISATA MANDING YOGYAKARTA

Rela Adi Himarosa<sup>1\*</sup>, Athira Nur Rahma<sup>2</sup>, Chusnul Azhar<sup>3</sup>, Wahyu Nursehan<sup>1</sup>,  
Fajar Sofyantoro<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

<sup>5</sup>Fakultas Biologi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

[rela.himarosa@umy.ac.id](mailto:rela.himarosa@umy.ac.id)<sup>1</sup>, [athira.nur.ft20@mail.umy.ac.id](mailto:athira.nur.ft20@mail.umy.ac.id)<sup>2</sup>, [chusnul.azhar@umy.ac.id](mailto:chusnul.azhar@umy.ac.id)<sup>3</sup>,  
[wnursehan@gmail.com](mailto:wnursehan@gmail.com)<sup>4</sup>, [fajar.sofyantoro@ugm.ac.id](mailto:fajar.sofyantoro@ugm.ac.id)<sup>5</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Desa wisata Manding terletak di Yogyakarta dan mengusung usaha kerajinan kulit sebagai pilar utama perekonomian. Berkaca dari kendala yang dialami selama pandemi COVID-19, UMKM di Manding membutuhkan pendampingan terkait adopsi penggunaan teknologi informasi untuk sarana promosi. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terkait integrasi media sosial dan *e-commerce* dalam usaha. Sebanyak 12 orang pengurus UMKM Sepatuku dan Fatimah Handicraft di Manding dilibatkan sebagai mitra. Program yang sudah dilaksanakan mencakup pelatihan pembuatan akun media sosial dan *e-commerce* serta penyusunan foto katalog dan video profil. Evaluasi dilakukan melalui tanya jawab informal, observasi kualitatif, dan diskusi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengurus UMKM menjadi paham terkait peran penting teknologi informasi untuk mendukung penjualan produk. Selain itu, melalui program ini, mitra juga bisa membuat akun dan menggunakan media sosial serta *e-commerce* untuk sarana promosi.

**Kata Kunci:** kerajinan kulit; media sosial; e-commerce; UMKM.

**Abstract:** *The Manding tourism village in Yogyakarta relies on leather crafting as the backbone of its economy. In light of the challenges posed by the COVID-19 pandemic, the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Manding are seeking assistance with leveraging information technology to promote their businesses. This community service program was initiated to provide training for integrating social media and e-commerce platforms into their operations. The program partnered with 12 staff members from MSME Sepatuku and Fatimah Handicraft. The training covers areas such as creating social media and e-commerce accounts, and compiling catalog photos and video profiles. Informal questions, qualitative observations, and discussions were used to evaluate the program's effectiveness. The results of the evaluation and monitoring demonstrate that the MSME staff members appreciate the crucial role of information technology in supporting their sales. At the conclusion of the program, the partners are now equipped to create accounts and effectively utilize social media platforms for promotional purposes.*

**Keywords:** *leather crafts; social media; e-commerce; MSMEs.*



#### Article History:

Received: 17-02-2023

Revised : 01-03-2023

Accepted: 10-03-2023

Online : 08-04-2023



*This is an open access article under the  
CC-BY-SA license*

## **A. LATAR BELAKANG**

Berdasarkan aspek kultural dan geografisnya, wilayah pedesaan di Yogyakarta memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai tujuan wisata (Prabangkara, 2018; Sudarsono & Susantun, 2019). Oleh karena itu, berbagai program pengabdian telah dirintis untuk mengangkat pesona desa-desa di Yogyakarta, seperti pembinaan kawasan agrowisata dan pendampingan sentra kerajinan tradisional (Indrawati, 2019; Septriani et al., 2022). Terletak sekitar 15 km dari pusat kota Yogyakarta, desa wisata Manding mengembangkan kerajinan kulit sebagai aset wisata utama. Secara administratif, desa wisata Manding merupakan bagian dari kabupaten Bantul, Yogyakarta. Usaha kerajinan kulit di desa wisata Manding mulai bergeliat sejak tahun 1947. Mewarisi keterampilan yang diturunkan dari generasi ke generasi, jumlah perajin kulit di Manding mencapai lebih dari 75 orang (Nugraha, 2013). Seperti kerajinan berbasis bahan kulit yang lain, UMKM kerajinan kulit di Manding bergantung sepenuhnya kepada bahan baku utama berupa kulit sapi (Indira Kusuma & Daryono, 2019).

Program pengabdian masyarakat ini bekerja sama dengan pemilik UMKM Sepatuku dan Fatimah Handicraft yang berada di desa wisata Manding. Konsumen utama dari UMKM di desa Manding adalah warga yang memesan sepatu seragam untuk keperluan sekolah dan bekerja. Datangnya pandemi COVID-19 menyebabkan berkurangnya aktivitas perekonomian di berbagai sektor di wilayah Yogyakarta (Herlianto, 2020; Wahyuni, 2021). Salah satu sektor yang terdampak cukup serius adalah usaha kerajinan kulit yang ada di Manding, berupa penjualan dan pemasukan yang mengalami penurunan secara drastis. Oleh karena itu, beberapa pengrajin kulit terpaksa untuk beralih profesi dan berhenti menekuni pembuatan produk kerajinan kulit. Untuk mencegah agar masalah ini tidak terulang kembali, perlu didorong adanya program inovatif yang meningkatkan kestabilan usaha dan promosi produk ke target pasar yang lebih luas. Selain itu, untuk menyesuaikan target konsumen dari kalangan generasi muda, perlu dilakukan pembaruan desain dan strategi pemasaran produk.

Agar bisa beradaptasi terhadap perkembangan zaman, UMKM di Indonesia perlu dan wajib untuk mengadopsi penggunaan teknologi informasi sebagai bagian dari strategi pengelolaan usaha. Penggunaan teknologi informasi terbukti mampu meningkatkan kualitas manajerial pengurus, mendorong efektivitas pengelolaan data, dan peningkatan daya saing (Aziz, Firmansyah, Maria, Hasibuan, & Wibasuri, 2022; Sani, Wiliani, Budiyantra, & Nawaningtyas, 2020). Berangkat dari keadaan tersebut, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terkait integrasi teknologi informasi untuk meningkatkan promosi kerajinan kulit di desa wisata Manding. Bentuk pengenalan teknologi informasi kepada mitra lebih difokuskan mengenai pengenalan penggunaan sosial media. Selain itu, mitra juga diberikan

pelatihan terkait pembuatan akun di *e-commerce* untuk mengakomodasi promosi dan penjualan produk secara daring.

## B. METODE PELAKSANAAN

Mitra program pengabdian masyarakat ini adalah 12 orang pengurus UMKM Sepatuku dan Fatimah Handicraft yang berlokasi di Manding, Sabdodadi, Bantul, Yogyakarta. Program dilaksanakan pada bulan Januari hingga April 2022. Secara umum, program ini berfokus pada pembuatan sarana promosi melalui media sosial dan *e-commerce*. Tahapan dan jadwal pelaksanaan program pengabdian masyarakat disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Tahapan dan jadwal pelaksanaan program

No	Nama Kegiatan	Target	Bulan			
			1	2	3	4
1	Peningkatan sarana promosi produk	Mitra dapat membuat akun media sosial serta <i>e-commerce</i> sebagai sarana promosi dan pemasaran				
2	Pembuatan video profil	Terbentuk konten video yang menarik terkait kerajinan kulit dan profil UMKM mitra				
3	Pembuatan katalog	Tersedianya katalog produk UMKM yang dapat digunakan untuk meningkatkan promosi dan menarik konsumen				
4	Evaluasi dan monitoring	Evaluasi dilakukan dengan teknik tanya jawab, diskusi, dan observasi kualitatif				

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada adopsi teknologi informasi untuk UMKM di desa Manding, yaitu berupa pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* untuk meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap produk dan memperluas jangkauan pasar. Media sosial Instagram dan *e-commerce* Shopee menjadi alternatif pilihan yang terbaik karena sudah familiar dikalangan masyarakat umum dan memiliki teknis pengoperasian yang mudah (Andriana, Arie, Aisha, Kusuma, & Maura, 2021; Soelaiman & Utami, 2021).

### 1. Peningkatan sarana promosi produk

Program peningkatan sarana promosi produk kerajinan kulit di desa wisata Manding merupakan muatan utama dari program pengabdian kepada masyarakat ini. Penggunaan media sosial dan *e-commerce* terbukti membantu meningkatkan branding UMKM di kalangan generasi muda (Chairina, Kusumastuti, & Rusfian, 2022; Himarosa, Krisdiyanto, Wardana, Maulana, & Sofyantoro, 2022; Himarosa, Rahman, Nuryani, & Sofyantoro, 2022). Program ini dilaksanakan melalui pelatihan pembuatan akun *e-*

*commerce* di Shopee dan media sosial Instagram, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Pelatihan pembuatan akun di *e-commerce* Shopee dan sosial media Instagram untuk meningkatkan jangkauan pemasaran.

## 2. Pembuatan video profil

Metode wawancara dipilih sebagai pemantik pembuatan video profil dari mitra UMKM. Berbagai program pengabdian terkait pembuatan video profil UMKM membuktikan bahwa langkah ini efektif untuk meningkatkan promosi dan penjualan produk (Sholeh, Andika, & Anwar, 2021; Syarif, Heningtyas, Aristoteles, & Shofiana, 2020). Konten wawancara meliputi sejarah berdirinya usaha kerajinan mitra, jenis produk yang dipasarkan oleh mitra, dan keunggulan dari produk yang dipasarkan. Program pembuatan video ini menghasilkan luaran berupa video *company profile* dari mitra, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Tangkapan layar video profil UMKM Sepatuku di YouTube. Video lengkap dapat diakses melalui tautan berikut: <https://youtu.be/OdQhHeIeKxA>

### 3. Pembuatan katalog

Program ini bertujuan untuk meningkatkan promosi, pengenalan, dan penjualan produk mitra UMKM Sepatuku dan Fatimah Handicraft. Pengambilan foto produk dilaksanakan di rumah salah satu pengurus UMKM. Konsep serta desain katalog yang menarik diusung berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, seperti terlihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.



**Gambar 3.** Proses pengambilan foto produk untuk pembuatan katalog



**Gambar 4.** Contoh tangkapan layar dari katalog produk

### 4. Evaluasi dan monitoring

Sebagai bagian dari evaluasi pelaksanaan program, dilakukan tanya jawab informal dan observasi kualitatif terhadap pengurus UMKM Sepatuku dan Fatimah Handicraft. Apabila dibandingkan dengan metode kuesioner, metode evaluasi berupa tanya jawab informal dianggap lebih cocok dengan kondisi mitra karena bersifat fleksibel. Selain itu, metode kuesioner juga akan menyulitkan pengurus UMKM yang belum lancar berbahasa Indonesia. Tanya jawab dilaksanakan secara rutin terjadwal dan mencakup beberapa bahasan, meliputi pengalaman penggunaan media sosial atau *e-commerce*, kesadaran akan pentingnya video profil dan katalog, serta harapan pengurus UMKM terhadap pelaksanaan program. Selain tanya jawab informal,

evaluasi juga dilakukan oleh tim pengabdian melalui sesi diskusi ketika pelatihan terselenggara. Tim pengabdian memberikan pemantik berupa contoh studi kasus sederhana dan meminta peserta untuk menyampaikan pendapat terkait solusi yang ditawarkan. Jawaban dan diskusi kemudian dicatat oleh tim pengabdian. Monitoring diselenggarakan setelah pelaksanaan pelatihan melalui observasi lapangan, seperti terlihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Tanya jawab informal dengan pengurus UMKM sebagai bagian dari evaluasi program.

Berdasarkan hasil evaluasi dan monitoring, pengurus UMKM sudah mampu untuk membuat dan mengelola akun media sosial dan *e-commerce* secara mandiri. Melalui program ini, literasi pengurus UMKM terhadap pentingnya peran teknologi informasi dalam promosi produk juga mengalami peningkatan. Tanya jawab informal selama sesi evaluasi mengungkap adanya kendala utama berupa demografi pengurus UMKM di desa wisata Manding yang didominasi oleh orang tua. Oleh karena itu, program pelatihan penggunaan teknologi informasi memakan waktu yang lebih lama dari yang diperkirakan. Selain itu, perlu dilakukan pendampingan intensif untuk memastikan agar akun media sosial dan *e-commerce* bisa terkelola dengan baik. Sebagai solusi, pengelolaan akun media sosial dan *e-commerce* diserahkan kepada pegawai yang lebih muda dan adaptif.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Fokus program pengabdian ini adalah adopsi teknologi informasi sebagai sarana promosi dan penjualan produk kerajinan kulit UMKM Sepatuku dan Fatimah Handicraft di desa wisata Manding. Program-program yang dilaksanakan meliputi pelatihan dan pendampingan pembuatan akun media sosial dan *e-commerce*, penyusunan katalog produk, dan pembuatan video profil. Melalui program-program yang dijalankan, UMKM di desa wisata Manding mampu mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam usaha, khususnya berupa penggunaan media sosial dan *e-commerce* untuk sarana promosi dan penjualan. Selain itu, UMKM mitra juga bisa mempunyai video

profil dan katalog untuk menarik konsumen. Sebagai salah satu bentuk *follow up*, program pengabdian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan lebih banyak generasi muda di desa wisata Manding untuk terlibat dalam adopsi teknologi informasi dalam rangka pengembangan UMKM kerajinan kulit.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui Hibah Pendanaan Pengabdian kepada Masyarakat Program Peningkatan Tri Dharma Perguruan Tinggi No.546/PEN-LP3M/I/2021. Penulis juga memberikan apresiasi dan terima kasih kepada tim pengabdian mahasiswa yang berperan aktif dalam pelaksanaan program ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Andriana, A. N., Arie, A., Aisha, Z., Kusuma, A. N., & Maura, A. E. (2021). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Shopee untuk Meningkatkan Minat Berbisnis Secara Online. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3065–3073.
- Aziz, R. A., Firmansyah, Maria, D., Hasibuan, M., & Wibasuri, A. (2022). Penerapan Total Quality Manajement (TQM) dan Teknologi Informasi pada UKM untuk Meningkatkan Daya Saing. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 954–962.
- Chairina, P., Kusumastuti, R., & Rusfian, E. Z. (2022). Peningkatan Kemampuan dalam Mengembangkan Model Bisnis dan Optimalisasi Media Sosial melalui Pelatihan Model Bisnis dan Promosi bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 963–977.
- Herlianto, D. (2020). Membangkitkan Sektor Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 Kabupaten Bantul. *Jurnal Riset Daerah*, 20(2), 3507–3522.
- Himarosa, R. A., Krisdiyanto, K., Wardana, P. A., Maulana, N. R., & Sofyantoro, F. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Marketing berbasis Teknologi Informasi: Empowering MSMEs through Information Technology-based Marketing Innovation. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(6), 774–781.
- Himarosa, R. A., Rahman, M. B. N., Nuryani, R., & Sofyantoro, F. (2022). Developing digital platform to increase the sales of MSME in Kalakijo, Bantul, Yogyakarta. *Community Empowerment*, 7(9), 10.
- Indira Kusuma, P. D., & Daryono, D. (2019). Pendampingan UKM Kerajinan Kreatif Berbahan Dasar Kulit. *Darma Sabha Cendekia*, 1(1), 24.
- Indrawati, L. (2019). Pengelolaan Sentra Industri Kerajinan Blangkon dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial di Bugisan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 2(2), 319–338.
- Nugraha, V. S. (2013). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM)/Usaha Rumah Tangga (URT) Kerajinan Kulit di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 3(1), 121.
- Prabangkara, H. S. (2018). Kuliner Yogyakarta, dari Identitas ke Komoditas. *Lensa Budaya*, 13(2), 110–122.
- Sani, A., Wiliani, N., Budiyantra, A., & Nawaningtyas, N. (2020). Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi terhadap Model Penerimaan Teknologi

- diantara UMKM. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)*, 5(2), 151–158.
- Septriani, N. I., Helmiati, S., Subiastuti, A. S., Putri, W. A., Nizma, N. D. A., Priyono, D. S., & Sofyantoro, F. (2022). Pengembangan Maggot Sebagai Pakan Alternatif Budidaya Nila pada Kawasan Agrowisata Minapadi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4498–4505.
- Sholeh, M., Andika, M., & Anwar, M. (2021). Pengembangan Konten Video Produk UKM sebagai Upaya Promosi melalui Media Sosial. *Gaung Informatika*, 14(1), 1–12.
- Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Media Sosial Instagram dan Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 124.
- Sudarsono, H., & Susantun, I. (2019). Pengembangan Potensi Wisata di Kawasan Pantai Selatan Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. *Agriekonomika*, 8(1), 81.
- Syarif, A., Heningtyas, Y., Aristoteles, A., & Shofiana, D. A. (2020). Pelatihan Pembuatan Video Profil Usaha Kecil Menengah di Pekon Wonodadi Induk, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, 1(1), 1–10.
- Wahyuni, D. (2021). Upaya Pemulihan Pariwisata Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 12(2), 121–137.