

PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI KETERAMPILAN MERAJUT DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SERTA MARKETPLACE UNTUK PENJUALAN ONLINE

Rini Nurlistiani^{1*}, Neni Purwati²

¹Prodi S1 Sistem Informasi, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Indonesia
rininurlistiani@darmajaya.ac.id, nenipurwati@darmajaya.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Selama pandemi COVID-19 banyak ibu rumah tangga yang tergerak ingin membantu perekonomian keluarga melalui usaha kreatif baik kuliner maupun kerajinan yang dapat dijadikan sebagai peningkatan ekonomi keluarga. Melalui pengabdian kepada masyarakat, dosen IIB Darmajaya memberikan keterampilan seni merajut dan pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana promosi untuk menjualkan suatu barang/jasa yang dilakukan oleh ibu rumah tangga Kampung Wonosari Kec. Sukabumi, Bandar Lampung yang berjumlah 20 orang. Metode dibagi dalam 3 bagian yaitu observasi/wawancara terkait keterampilan yang ingin dipelajari ibu-ibu rumah tangga, kedua pelatihan merajut dan pelatihan membuat sosial media, digital content dan *marketplace*. Ketiga monitoring & evaluasi hasil belajar rajutan dan penggunaan aplikasi untuk pemasaran. Hasil pengabdian menunjukkan 50% ibu rumah tangga berhasil membuat rajutan konektor masker, bros, dan dompet. Penggunaan sosial media dan *marketplace* cukup mudah dan bermanfaat bagi ibu rumah tangga dengan persentase sebesar 74,90% menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini sangat membantu dalam memasarkan produk/jasa secara online dengan mudah dan efisien.

Kata Kunci: Peningkatan Ekonomi; Keterampilan; Media Sosial; Marketplace; Penjualan Online;

Abstract: During COVID-19 many housewives want help their family economy through creative efforts of both culinary and craft that could be used as an improvement in the family economy. Through devotion to the community, lecturer of IIB Darmajaya provide knitting arts skills, knowledge how to utilize social media and also marketing for promotion goods/services carried out by housewives in Wonosari Village, Sukabumi, city Bandar Lampung amounted 20 housewives. The method is divided into 3 sections, first is observation/interview related skills that housewives want to learn, the second is knitting training and training for making a social media, digital content and marketplace. Third is monitoring & evaluation App and knit learning outcomes for marketing. In the results, 50% housewives are successful making a mask connector, broch and wallet. Social media and marketplace which used is quite easy and beneficial for housewives with a percentage of 74.90% can use App. This is very helpful in marketing products/services online easily and efficiently.

Keywords: Economic Improvement; Skill; Social Media; Marketplace; Online Sales.



Article History:

Received: 27-04-2022
Revised : 22-05-2022
Accepted: 22-05-2022
Online : 11-06-2022



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

A. LATAR BELAKANG

Masa pandemi COVID-19 menciptakan lahan baru bagi kalangan masyarakat usaha menengah kebawah (UMKM) dalam menstabilkan perekonomian (Abdulrochim et al., 2020). Usaha Kecil dalam pandangan ekonomi mempunyai peran penting dalam sebuah pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di negara sedang berkembang maupun negara maju. Usaha kecil adalah power penggerak yang pokok dalam pembangunan ekonomi yang sangat inti dalam menciptakan perkembangan sekaligus lapangan pekerjaan. Terdapat tiga hal utama yang mendasari sebuah negara berkembang untuk melihat peran penting dari adanya usaha kecil (Suhardiyah & Menuk S, 2014). Yang pertama yaitu kinerja usaha kecil dipandang lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif dan kreatif. Sedangkan yang kedua, berasal dari usaha kecil yang sering mencapai peningkatan produktif personal tiap usaha melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga adalah dikarenakan usaha kecil memiliki keunggulan dalam hal keluwesan dibandingkan usaha besar.

Selama masa pandemi COVID-19, banyak ibu-ibu rumah tangga yang ingin membantu keluarga dalam hal peningkatan ekonomi dan kebutuhan sehari-hari keluarga. Salah satu studi kasus yang diangkat dalam pengabdian ini adalah kelompok ibu-ibu PKK Kampung Wonosari, Kecamatan Sukabumi, Bandar Lampung. Kelompok ini dibentuk sejak tahun 2019 ini memiliki aktivitas rutin setiap 6 (enam) bulan sekali dalam melakukan program kreativitas ibu-ibu rumah tangga khususnya kuliner aneka kue kering. Ibu-ibu rumah tangga yang aktif berkontribusi dalam pembuatan kue kering ini berjumlah 20 orang, 6 diantaranya sudah memasarkan produk hingga ke luar wilayah Bandar Lampung. Namun seiring dengan era digitalisasi yang semakin maju, hambatan dalam menggunakan aplikasi sosial media sangat dirasakan oleh ibu-ibu rumah tangga, sehingga pemasaran produk tidak optimal dikarenakan ruang lingkup penjualan kuliner hanya sebatas lingkungan sekitar saja. Media sosial adalah sebuah sarana publikasi yang semakin banyak digunakan di era digital, bahkan penggunaannya semakin pesat hingga dapat diakses dengan mudah tanpa batas (Gunawan, 2018).

Selain itu, kelompok ibu-ibu PKK ini ingin memiliki keterampilan khusus selain dibidang kulineryaitu keterampilan merajut atau membuat aksesoris. Hal ini didasarkan dari kegiatan yang dilakukan kurang bervariasi, karena hanyasebatas kuliner saja, terutama di era pandemi COVID-19 tidak hanya bisnis kuliner yang dapat dijajaki, tetapi mereka melihat peluang usaha ekonomi kreatif seperti seni rajutan aksesoris seperti tas, dompet, konektor masker, bros, dan lain-lain yang juga memiliki nilai jual tinggi bagi para konsumen khususnya kaum hawa. Kelompok PKK ini juga belum memiliki saingan di daerah tersebut, sehingga sangat mungkin bagi ibu-ibu PKK ini untuk dapat mengembangkan kreativitas baru melalui seni rajutan.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat inipengabdi telah melakukan riset tentang kebutuhan apa yang diinginkan oleh ibu-ibu rumah tangga kampung wonosari dalam rangka membantu meningkatkan ekonomi didalam rumah tangga (keluarga). Berbagai macamstrategidapatdilakukan untuk membuat variasi produk keterampilan yang mampu meningkatkanpenjualan produknya, serta penggunaan teknologi informasi yang sangat bermanfaat dalam menjalankan bisnis secara online. Hal ini berbanding terbalik dengan pedagang tradisional yang belum terlalu fasih dalam beradaptasi dengan gempuran teknologi informasi (Wiryawan et al., 2019). Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang terjadi adalah kurang efektifnya proses produksi dan manajemen pemasaran, serta menambah kreativitas ibu-ibu rumah tangga dalam keterampilan seni merajut. Sehingga penelitian ini berfokus pada bagaimana melaksanariakan kegatan keterampilan merajut dan pembuatan *digital content* melalui media sosial Instagam dan *marketplace* berupa Shopee untuk memasarkan produk rajutan secara online sekaligus memberikan pengetahuan tentang teknologi informasi bagi ibu-ibu rumah tangga di kampung Wonosari, kecamatan Sukabumi Bandar Lampung. Pengabdian serupa juga pernah dilakukan oleh (Halimah et al., 2019) dimana dalam penelitian tersebut dilakukan pelatihan keterampilan merajut pada napi perempuan di Lapas Way Hui Bandar Lampung. Kegiatan serupa juga dilakukan oleh (Susanti & Rahmadaniah, 2019) yang melakukan pelatihan merajut dompet untuk ibu-ibu Desa Hanura Kabupaten Pesawaran.

Tujuan dari pengabdian ini adalah mengetahui sejauh mana minat dan keberhasilan ibu rumah tangga dalam keterampilan merajut, memberikan wawasan kepada ibu rumah tangga tentang bagaimana memasarkan produk secara online melalui media sosial dan aplikasi *marketplace*, terutama yang sangat ingin membantu perekonomian keluarga tetapi tidak memiliki kemampuan/kreativitas dalam ide bisnis. Serta mengetahui bagaimana persepsi kemudahan penggunaan aplikasi tersebut bagi ibu rumah tangga di Kampung Wonosari.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan keterampilan merajut dan penggunaan media sosial ini tentunya sangat bermanfaat bagi masyarakat. Dalm hal ini mitra yang terlibat adalah ibu-ibu rumah tangga yang berasal dari Kampung Wonosari, Kec. Sukabumi, Bandar Lampung yang beralamat di Jalan Pangeran Tirtayasa Gg. Rewok Kp. Wonosari, Kec. Sukabumi, Kel. Campang Jaya, kota Bandar Lampung. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang ibu rumah tangga yang terdiri dari usia 25 – 40 tahun. Dalam pelatihan ini akan dilakukan evaluasi hasil rajutan dari ibu-ibu rumah tangga yang layak untuk dipasarkan secara online maupun offline. Tolak ukur keberhasilan dalam pelatihan ini antara lain, melihat minat dan antusias

ibu rumah tangga yang dibuktikan dari hasil rajutan yang diajarkan selama pelatihan ataupun membuat variasi rajutan sendiri yang bagus dan rapi untuk dijual. Selain itu ukuran persepsi kemudahan penggunaan sosial media dan *marketplace* menjadi tolak ukur juga bagi keberhasilan pengabdian ini. Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Observasi dan Wawancara

Pada tahap tim pengabdian mengambil data dengan cara mengunjungi, mengamati dan melakukan wawancara dengan ibu-ibu rumah tangga dikampung Wonosari Kec. Sukabumi, Bandar Lampung. Tim PKM mengamati pola tingkah laku penduduk khususnya ibu rumah tangga dan semua potensi ekonomi. Tujuan program pertama untuk mendapatkan informasi terkait kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh ibu rumah tangga disana. Program ini dilaksanakan selama satu hari dengan melibatkan ibu rumah tangga yang dimintai informasi.

2. Pelatihan Pembuatan Rajutan, Sosial Media dan *Marketplace*

Tahap kedua melakukan pelatihan merajut dompet, konektor masker, dan bros dengan benang rajut kepada ibu-ibu rumah tangga kampung Wonosari. Pelatihan membuat sosial media, yaitu Instagram yang digunakan untuk meningkatkan *awareness* atau kesadaran publik akan produk yang dijual oleh UMKM sebagai upaya untuk meningkatkan pengenalan publik. Instagram dipilih sebab ada banyak faktor kemudahan dan manfaat dalam penggunaannya untuk pengembangan marketing produk terutama dari usaha kecil (Alkhowaiter, 2016). Instagram merupakan aplikasi yang dapat memposting foto yang dapat diambil dari kamera, gallery foto pengguna. Instagram juga mempunyai filter digital, dan postingan yang diupload dapat dibagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk instagram sendiri. Keunggulan Instagram sebagai media pemasaran adalah dapat menyampaikan postingan suatu brand melalui foto atau video yang diberi durasi waktu satu menit (Aprilia, 2016). Instagram dapat membuat postingan yang seperti IG Story, Reels, Postingan Beranda dan lain-lain. Selain itu ibu rumah tangga juga diajarkan bagaimana membuat marketplace. Marketplace adalah salah satu bentuk media penjualan secara online berbasis internet (web-based) sebagai wadah dalam melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari toko sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga produk yang diinginkan (Putra et al., 2017). Sedangkan menurut pendapat yang lainnya, marketplace adalah sebuah model bisnis yang berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi informasi. Marketplace bertujuan untuk meminimalkan proses bisnis yang kurang simple (kompleks) agar menjadi lebih efisiensi dan efektif (Yustiani & Yunanto, 2017).

3. Pembuatan Digital Content dan Evaluasi Hasil Pembelajaran

Pada tahap akhir yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan PKM ini. Pada tahapan ini akan ibu-ibu rumah tangga akandibantu menciptakan hasil rajutan untuk diposting ke media sosial Instagram dan Shopee. Serta evaluasi hasil karya rajutan yang telah dibuat dengan pendampingan standar melalui Forum Group Discussion (FGD) serta monitoring dan evaluasi agar penjualan dapat dilakukan secara online. Penggunaan instagram sebagai upaya mengenalkan produk rajutan kepada publik (meningkatkan jumlah followers dan like postingan) serta *marketplace* Shopee sebagai sarana untuk melakukan transaksi penjualan yang lebih terstruktur untuk dapat meningkatkan penjualan (Widodo & Oktaviani, 2018). Selain itu dilakukan pengukuran terhadap persepsi kemudahan dan kemanfaatan aplikasi menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM adalah model yang dapat mendefinisikan sejauh mana pengguna percaya dan dapat menggunakan aplikasi/sistem untuk menciptakan nilai signifikan bagi penggunanya (Olaleye et al., 2018)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian kepada masyarakat yang telah kami lakukan ini memberikan gambaran bahwa pembuatan akun e-commerce sangat penting untuk kegiatan promosi produk rajutan secara online. Hasil pengabdian masyarakat yaitu sebagai berikut:

1. Observasi / Wawancara

Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dari perencanaan program Tridarma Perguruan tinggi yang dilaksanakan setiap semester. Observasi/wawancara dilakukan melalui diskusi kepada ibu-ibu rumah tangga di Kampung Wonosari Kec. Sukabumi Bandar Lampung dengan menganalisis kebutuhan apa yang diminati ibu-ibu untuk diterapkan sekaligus dapat diproduksi yang dilakukan pada tanggal 28 Januari 2022.

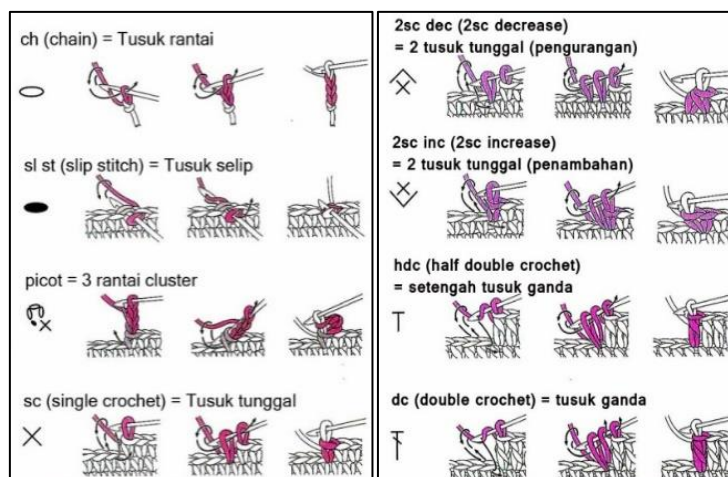
2. Pelatihan

Pelatihan dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan di Kampung Wonosari Kec. Sukabumi, Bandar Lampung ini memiliki dua jenis kegiatan. Kegiatan pertama adalah pelatihan merajut dan yang kedua adalah *transfer knowledge* tentang penggunaan teknologi informasi berupa media sosial dan marketplace untuk memasarkan hasil produk rajutan secara online. Pelatihan teknik dasar merajut ini dilakukan pada tanggal 12 Februari 2022. Dalam pelatihan merajut ini dijelaskan tentang alat dan bahan rajutan terlebih dahulu, serta teknik dasar yang dilakukan dalam seni merajut (crochet) seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alat dan bahan rajut

Alat dan bahan yang digunakan terdiri dari benang rajut (jenis pollycherry). Benang jenis ini sangat cocok digunakan untuk membuat konektor masker, tas/dompot, bros, maupun gantungan kunci. Lalu jarum rajut (Hakpen) ukuran 3/0 dan 4/0 yang sesuai dengan diameter benang. Gunting ujung benang, jarum jahit dan benang jahit digunakan untuk menjahit kancing pada konektor masker. Kancing baju/kancing batok digunakan sebagai hiasan pada konektor dan bros rajut. Selanjutnya adalah pengenalan tentang teknik-teknik dasar dalam merajut kepada ibu-ibu rumah tangga. Teknik yang diberikan adalah bagaimana cara membuat ikatan (simpul) pertama, membuat rantai, dan rantai double (Craft, 2019) seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Teknik Dasar dan Tusukkan Rajutan

Ada 4 (empat) macam tusukan dalam merajut, yang pertama disebut tusuk/crochet rantai (ch), (sc), (hdc), dan yang terakhir (dc) dengan hasil sebagai berikut:

1. Tusuk Rantai (*Chain* atau CH)

Tusuk rantai adalah teknik paling dasar (awal) yang dilakukan ketika memulai rajutan. Untuk membuat tusuk rantai, kita harus membuat

simpul dulu dari awal. Kita lingkari dulu dijari kemudian diikat kebelakang hingga membentuk lingkaran kecil di jari. Kemudian, kaitkan benang pada jarum hakpen. Tarik hakpen yang telah dikaitkan sampai keluar dari lubang hakpen seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tusuk Rantai (*Chain* atau CH)

2. Tusuk Tunggal (*Single Crochet* atau SC)

Tusuk ini dikerjakan setelah kita membuat tusuk rantai sebanyak jumlah yang diinginkan. Selanjutnya, kita akan pindah kebaris atas untuk membuat tusuk tunggal ini. Caranya, masukkan hakpen pada lubang kedua (hitungan lubang dari arah hakpen pertama berhenti). Kaitkan hakpen pada benang lalu tarik hakpen melalui dua lubang sekaligus seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tusuk Tunggal (*Single Crochet* atau SC)

3. Tusuk Setengah (*Half Double Crochet* atau HDC)

Tusuk setengah ganda hampir mirip dengan tusuk ganda (dc). Hanya saja hitungan masuk dalam lubangnya berbeda. Kita harus membuat tusuk rantai terlebih dahulu. Lalu, kaitkan benang dan masukkan hakpen ke lubang rantai dari hitungan ketiga dari ujung. Kaitkan hakpen pada benang lalu tarik melalui satu lubang. Kaitkan lagi hakpen rajut pada

benang lalu tarik melalui tiga lubang sekaligus seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tusuk Setengah (*Half Double Crochet* atau HDC)

4. Tusuk Ganda (*Double Crochet* atau DC)

Dimulai dari tusuk ganda dengan membuat rantai lalu masukkan hakpendi rantai keempat dari ujungbenangkita. Kaitkan hakpen pada benang kemudian tarik melalui satu rantai sehingga menyisakan tiga lubang rantai. Kait ulang hakpen pada benang lalu tarik melalui satu lubang sampai tersisa dua lubang. Kaitkan lagi hakpen pada benang lalu tarik ke luar melalui dua lubang terakhir seperti terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Tusuk Ganda (*Double Crochet* atau DC)

Setelah mengetahui teknik-teknik dasar rajutan, selanjutnya ibu-ibu rumah tangga mulai membuat produk rajutan melalui pola dan hitungan rajut yang telah ditetapkan seperti terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Pelatihan Merajut

Pelatihan kali ini adalah membuat konektor masker, bross, dompet kecil, dan tas kecil. Produk rajutan ini nantinya akan dipasarkan melalui media sosial Instagram dan *marketplace* Shopee. Pelatihan yang berlangsung selama 8 (enam) jam ini, mengajarkan bagaimana membuat produk rajutan dengan teknik yang disampaikan sebelumnya. Hasil dari pelatihan diatas seperti terlihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Hasil Rajutan (Konektor Masker, Bross, DompetRajut)

Dari hasil karya rajutan yang diatas, didapatkan 50% ibu rumah tangga memahami teknik dan pola rajutan yang telah diajarkan oleh pengabdian dari dosen IIB Darmajaya ini. Sedangkan sisanya kurang memahami teknik rajutan dikarenakan faktor usia yang menyebabkan kesulitan dalam penglihatan dan ketelitian saat memasukkan benang kedalam jarum (hakpen), serta beberapa ibu rumah tangga tidak memiliki minat lebih dalam melanjutkan rajutan karena konsentrasi yang tinggi, tetapi mereka ingin mengikuti pelatihan ini.

5. Pelatihan Membuat Sosial Media Instagram dan Marketplace Shopee

Setelah melakukan pelatihan rajutan kepada ibu-ibu rumah tangga di Kampung Wonosari, tim pengabdian melakukan pelatihan yang berupa *transfer knowledge* kepada ibu-ibu dalam hal pemasaran produk secara online pada tanggal 13 Februari 2022. Dalam hal ini media sosial yang dipakai adalah Instagram serta marketplace berupa Shopee untuk menjual produk rajutan secara online. Setelah dilakukan pembuatan akun sosial media dan marketplace, para ibu rumah tangga kemudian diajarkan bagaimana memposting konten menarik di Instagram. Dalam hal ini, teknologi digitalisasi yang kita kenal dengan istilah yang disebut *digital content* yang berarti sebuah konten dalam beragam bentuk format baik itu tulisan teks, gambar, video, audio atau sebuah mix dan match dari foto, video, dan audio yang diubah kedalam bentuk digital (Supangat, 2020). Pada tahap ini, ibu-ibu rumah tangga yang telah memiliki produk rajut siap pakai diberikan pembekalan bagaimana cara membuat akun di media sosial Instagram seperti terlihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Pelatihan Pembuatan Akun Shopee dan Instagram

Dalam pelatihan ini ibu-ibu rumah tangga kampung wonosari diajarkan bagaimana membuat Instagram dan Shopee serta mengupload produk rajutan beserta deskripsi barang agar terlihat menarik bagi para konsumen setia belanja online. Hasilnya 70% ibu rumah tangga dapat membuat akun sosial media dengan baik dan tidak mengalami kesulitan yang cukup signifikan. Hanya saja sebagian ibu rumah tangga yang memiliki usia diatas 40 tahun kesulitan menggunakan akun Shopee karena banyaknya fitur dan perintah yang harus dilakukan saat mengupload produk. Selain itu ibu rumah tangga dengan usia diatas 40 tahun cenderung konsumtif terhadap *gadget* dan hanya menggunakannya sebatas menerima panggilan telepon atau pesan singkat.

6. Pembuatan Digital Content dan Evaluasi Hasil TI

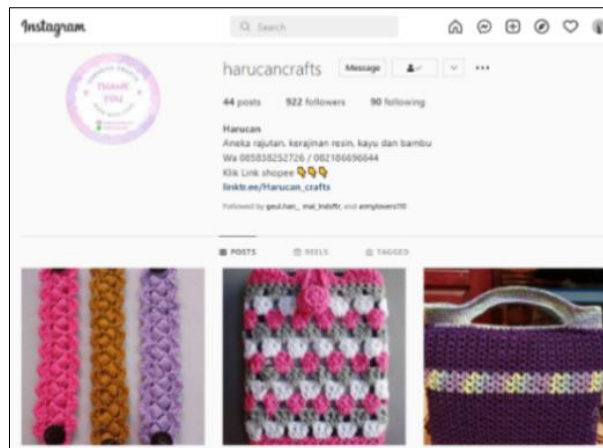
Tahapan Metode penelitian yang terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Dari hasil pelatihan merajut dan sosial media, hasil karya ibu-ibu rumah tangga ini akan dipilih/diseleksi baik dari sisi kerapihan, pola rajutan, ikatan simpul benang rajut, maupun ukuran produk seperti terlihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Ibu Rumah Tangga Dengan Hasil Rajutan Terbaik

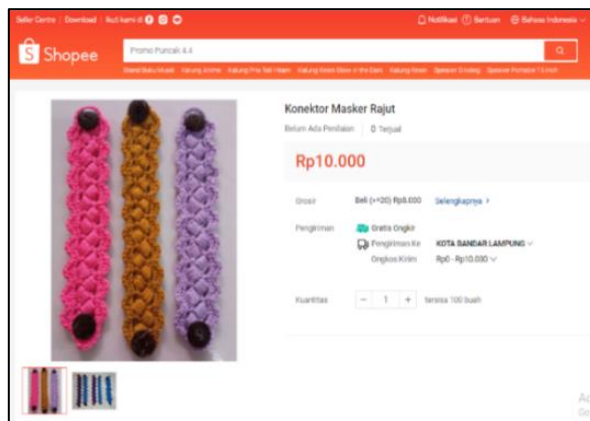
Tim pengabdian mengumpulkan hasil rajutan yang telah dibuat oleh ibu-ibu rumah tangga kampung Wonosari Kec. Sukabumi, Bandar Lampung yang dari sisi kerapian, pola rajutan, dan ikatan simpul benang rajut. Hasilnya diperoleh 2 orang ibu rumah tangga ini sangat baik dalam merajut sehingga tim memutuskan untuk memberikan motif lain kepada ibu Dewi dan ibu Dahlia untuk dipelajari dirumah di waktu senggang. Hal ini dilakukan berdasarkan permintaan dari kedua ibu rumah tangga ini karena sangat antusias ingin menjadi wirausaha dari produk rajutan yang dibuat sendiri (homemade).

Selanjutnya ibu rumah tangga akan dibekali bagaimana cara melakukan pemasaran secara online (melalui internet) dengan membuat "content". Konten adalah isi dari sebuah postingan yang dianggap penting di era digital ini. Konten didefinisikan sebagai manusia yang berbicara kepada target market pengguna internet tentang sebuah produk yang dipasarkan. Sementara itu media seperti website, social-media, online video, dan lainnya mempunyai peran sebagai alat untuk menyampaikan konten ke pengguna internet (Internet & Academy, n.d.). Hasil pembuatan digital content dari salah satu ibu rumah tangga, seperti terlihat pada Gambar 11.



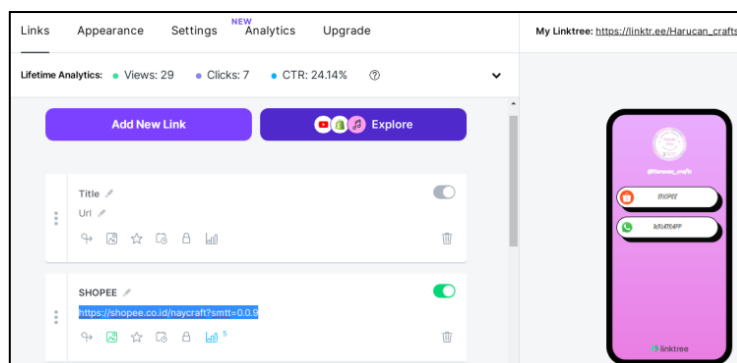
Gambar 11. Postingan Akun Instagram

Hasilnya ibu rumah tangga dapat memposting beberapa gambar lewat akun Instagram seperti gambar diatas. Selanjutnya dalam rangka memperluas penjualan online, ibu-ibu rumah tangga juga diajarkan membuat marketplace. Salah satu contoh aplikasi marketplace adalah Shopee. Shopee adalah aplikasi jual beli online berbasis mobile playstore, yang sedang bersaing dengan online shop lain yang ada di Indonesia. Shopee memberikan banyak fitur-fitur dimana pengguna dapat menjual dan membeli berbagai produk, serta adanya tawar menawar yang menarik dengan harga yang relatif murah dan banyak promo gratis ongkir ke wilayah Indonesia (Sastika, 2018) seperti pada gambar 12.



Gambar 12. Pembuatan Postingan di Akun Shopee

Dari kedua akun diatas akan dibuat sebuah tautan link melalui <https://linktr.ee/> yang berfungsi sebagai personalisasi atau penghubung tautan di dalam Instagram. Linktree adalah alat untuk menghubungkan konsumen dengan seluruh tautan yang dimiliki seperti profil media sosial, TikTok, website, toko online, atau konten lainnya. Linktree juga dapat membuat followers di akun Instagram kita mengeksplorasi profil dan semua tautan yang dimiliki seperti Gambar 13.

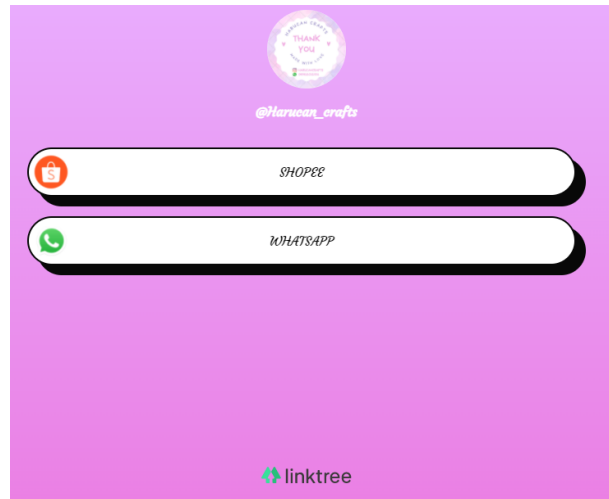


Gambar 13. Tampilan Personalisasi Akun Linktree

Langkah-langkah membuat linktr.ee adalah sebagai berikut:

1. Lakukan pendaftaran (Sign-up) terlebih dahulu ke situs <https://linktr.ee/> dengan menggunakan email.
2. Setelah mendapat kode verifikasi melalui email terdaftar, langkah selanjutnya adalah membuat username dan password di situs linktree
3. Setelah itu silahkan Andamelakukanlogin menggunakan username dan password yang telah dibuat tadi.
4. Untuk menambahkan link online shop kita pilih Add New Link ---> isikan Title dan Url link sosial media (Instagram, Facebook, atau Tiktok). Lalu pilih icon picture untuk menambahkan gambar/logo sosial media.
5. Kita bebas memasukkan beberapa link sosial media, online shop maupun kontak WhatsApp pada linktree.

Dalam aplikasi linktree kita juga dapat mengganti background halaman, jenis tulisan dan ukuran font untuk ditampilkan pada Instagram agar lebih menarik. Langkah selanjutnya adalah kita beralih ke Instagram untuk menampilkan linktree seperti pada Gambar 14.



Gambar 14. Hasil Tampilan Linktree pada Instagram

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Masuk ke akun Instagram ----> klik profile instgram Anda ---> Edit Profile
2. Isikan pada kolom “situs web” situs linktree Anda. Contoh https://linktr.ee/Harucan_crafts
3. Lalu klik tanda centang disebelah kanan atas
4. Selanutnya lihat halaman profile instgram Anda, maka linktree akan muncul.

Di akhir kegiatan dilakukan monitoring dan evaluasi melalui penyebaran kuesioner terkait penggunaan TI yang berupa sosial media dan marketplace kepada ibu-ibu rumah tangga kampng Wonosari. Kuesioner ini meliputi persepsi kemanfaatan dan perespi kemudahan pengguna terhadap penggunaan aplikasi tersebut. Kuesioner yang dibuat diambildaripertanyaan yang sesuaidenganpenggunaanmetode *Technology Acceptance Model (TAM)* dari segi kemanfaatan(*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*)pengguna dalam menggunakan aplikasi Instagram dan Shopee.Kuesioner yang dibuat oleh tim pengabdi disebarkan kepada 20 orang ibu-ibu rumah tangga yang mengikuti pelatihan merajut dan pembuatan sosial media dengan pilihan jawaban yang terdiri dari 5 angka skala likert dengan deskripsi angka, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. 5 angka skala likert dengan deskripsi angka

1	=	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	=	Tidak Setuju (TS)
3	=	Ragu – Ragu (R)
4	=	Setuju (S)
5	=	Sangat Setuju (SS)

Untuk mengetahui penilaian interpretasi responden terhadap kebermanfaatan dan kemudahan Instagram dan Shopee secara aktual yang dirasakan responden saat ini, maka dilakukan penilaian berdasarkan interval, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Persentase Kriteria Interpretasi

No.	Interpretasi (%)	Keterangan
1.	0% - 24,99%	Sangat Tidak Bermanfaat/Mudah
2.	25% - 49,99%	Tidak Bermanfaat/Mudah
3.	50% - 74,99%	Bermanfaat/Mudah
4.	75% - 100%	Sangat Bermanfaat/Mudah

Interpretasi diperoleh dengan cara membandingkan skor item yang diperoleh berdasarkan jawaban responden dengan skor tertinggi jawaban, lalu dikalikan 100% (Sugiyono, 2012). Skor tiap butir pertanyaan diperoleh dari hasil perkalian antara skala pertanyaan dengan jumlah orang yang menjawab pertanyaan. Nilai paling tinggi diperoleh dari jumlah nilai skala pertanyaan dikali dengan jumlah orang yang mengisi kuesioner secara keseluruhan. Hasil interpretasi perhitungan skor berdasarkan persepsi kemanfaatan dan kemudahan, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Interpretasi Kemanfaatan dan Kemudahan Aplikasi

No. Pertanyaan	Total Skor Tiap Pertanyaan	Skor Tertinggi
1	75	100
2	75	100
3	76	100
4	73	100
5	74	100
6	75	100
7	75	100
8	76	100
9	75	100
10	75	100
11	76	100
Total Skor	824	1100
Hasil Penilaian = $(824/1100) \times 100\%$		74,90%

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai rata-rata persepsi pengguna aplikasi Instagram dan Shopee terhadap persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) sebesar **74,90%** dengan interpretasi yang didapat dari ibu rumah tangga kampung

Wonosari mengatakan bahwa cukup mudah dalam menggunakan kedua aplikasi tersebut. Meskipun ada beberapa ibu rumah tangga yang mengalami sedikit kesulitan dalam menggunakan aplikasi Shopee khususnya saat upload produk. Oleh sebab itu nilai kegunaan aplikasi ini masih dikategorikan sedang/cukup bermanfaat bagi ibu rumah tangga di kampung Wonosari.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan pelatihan kerajinan Crochet telah dilaksanakan 100% pada ibu-ibu rumah tangga Kampung Wonosari, Kec. Sukabumi Bandar Lampung. Persentase minat dan keberhasilan ibu rumah tangga dalam membuat karya rajut sebesar 50% yang mengerti tentang teknik merajut. Selain itu hasil dari persepsi masyarakat tentang penggunaan aplikasi instagram dan shopee adalah cukup bermanfaat bagi ibu rumah tangga kampung Wonosari dengan hasil sebesar 74,90%.

Saran untuk pengabdian ini, diharapkan dapat melakukan pelatihan lainnya yang dapat memberikan peningkatan kemampuan dan kreativitas ibu rumah tangga Kampung Wonosari Kec. Sukabumi Bandar Lampung. Selain itu perlunya kegiatan yang berkelanjutan berupa pemantauan penjualan produk rajutan sebagai upaya untuk memastikan bahwa ibu rumah tangga Kampung Wonosari telah berhasil memasarkan produk yang telah mereka terima selama mengikuti pelatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian & Pengabdian (LPPM) Institut Informatika & Bisnis (IIB) Darmajaya yang telah mendanai program Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat ini sebagai salah satu bentuk Tridarma perguruan tinggi yang menjadikan dosen-dosen di IIB Darmajaya yang memiliki keterampilan lebih untuk dapat berpartisipasi dalam pengabdian kepada masyarakat. Serta memberikan dampak yang positif bagi warga atas tercapainya program ini. struktur yang baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdulrochim, D., Tresnawati, Y. S., & Iskandar, T. P. (2020). Pengembangan Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Rajutan Terdampak Covid 19 di Kampong Rajoet Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(2).
- Alkhowaiter, W. (2016). The power of Instagram in building small businesses. *Conference on E-Business, e-Services and e-Society*. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-45234-0_6
- Aprilia, N. (2016). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas* [Universitas Pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/12619>

- Craft, F. (2019). *Panduan Belajar Merajut Lengkap Untuk Pemula*. 1–21. <https://www.funcolorcraft.com/2016/07/panduan-lengkap-belajar-merajut-untuk.html>
- Gunawan, F. (2018). *Religion Society dan Social Media*. Deepublish.
- Halimah, Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 35–42.
- Internet, T., & Academy, M. (n.d.). *Developing an Internet Marketing The Internet Marketing Academy Developing an Internet Marketing Strategy*.
- Olaleye, S. A., Salo, J., Sanusi, I. T., & Okunoye, A. O. (2018). Retailing mobile app usefulness: Customer perception of performance, trust and tension free. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 10(4), 1–17. <https://doi.org/10.4018/IJESMA.2018100101>
- Putra, A. K., Nyoto, R. D., & Pratiwi, H. S. (2017). Penyedia Jasa Les Private di Kota Pontianak Berbasis Web. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi*, 5(1), 22–26.
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-Service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2, 6.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta.
- Suhardiyah, M., & Menuk S, C. (2014). Peran Lingkungan Bisnis Dalam Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm). *Majalah Ekonomi*, XVIII(2), 145–154.
- Supangat, S. (2020). *Technopreneurship Digital Content*. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/6047>
- Susanti, S., & Rahmadaniah, R. (2019). Pelatihan Perempuan Desa Pada Kerajinan Crochet Di Hanura Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Publika Pengabdian ...*, 1(1), 37–47. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jppm/article/view/1496>
- Widodo, Y., & Oktaviani, I. (2018). *Marketing Communication Strategy Using Instagram to Increase The Selling Achievement*. 175(Icase), 65–67. <https://doi.org/10.2991/icas-18.2018.17>
- Wiryanan, I. W. G., Putra, I. G. C., & Dewi, N. P. S. (2019). Pemberdayaan Pedagang Pasar Seni Guwang Yang Berwawasan Teknologi Informasi Dan Ramah Lingkungan. *Jurnal Bakti Saraswati (JBS)*, 8(1).
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>