
Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Pandai Besi Rumbio Jaya Steel Di Era Digitalisasi

*¹Aryadi, ²Rizqon Jamil Farhas, ³Zulfan Efendi, ⁴Rangga Ardinsyah

^{1,2,3,4}Universitas PahlawanTuankuTambusai

*Koresponden: aryadi.pahlawan@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan pengrajin besi yang berada di daerah Desa Teratak, Kec. Rumbio Jaya, Kabupaten Kampar, Riau memanfaatkan media digital secara efektif untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka. Penggunaan teknologi digital dan internet telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. Melalui platform-platform digital, pengrajin besi memiliki kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar mereka jauh melampaui wilayah geografis lokal mereka. Namun, untuk dapat memanfaatkan potensi ini sepenuhnya, diperlukan strategi pemasaran digital yang tepat dan inovatif. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Focus Group Discussion (FGD) dengan para pengrajin pandai besi, pelaku usaha online, dan pakar pemasaran digital. dengan penyuluhan, presentasi dan diskusi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa: Program pengabdian kepada masyarakat tentang pelatihan pemasaran produk UMKM ini dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun, hasil dari pengabdian ini disimpulkan bahwa: *Pertama*, membeikan pemahaman seputar produk UMKM yang baik dan sesuai standar, *Kedua*, Ketercapaian tujuan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan dengan kolaborasi antara pemilik usaha dan pengabdian telah dilakukan semua dan sesuai dengan rundown acara maupun waktu yang telah ditentukan sebelumnya.

Kata Kunci: bisnis digital; pemasaran; pandai besi.

This community service aims to increase the sales of iron craftsmen in Teratak Village, Rumbio Jaya District, Kampar Regency, Riau by utilizing digital media effectively for the growth and sustainability of their business. The use of digital technology and the internet has drastically changed the business landscape. Through digital platforms, iron craftsmen have the opportunity to expand their market reach far beyond their local geographic area. However, to be able to fully utilize this potential, an appropriate and innovative digital marketing strategy is needed. The method used in this community service activity is Focus Group Discussion (FGD) with blacksmith craftsmen, online business actors, and digital marketing experts. with counseling, presentations, and discussions. The results of the community service show that: The community service program on marketing training for MSME products can be organized well and run smoothly according to the activity plan that has been prepared, the results of this service concluded that: First, providing an understanding of good MSME products and following standards, Second, The achievement of the objectives of the community service program that has been carried out with collaboration between business owners and servants has been carried out all and by the event rundown and the time that has been previously determined.

Keywords: digital business; marketing; blacksmith.

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang terus berkembang, transformasi digital telah menjadi kunci utama dalam berbagai sektor bisnis, termasuk industri kerajinan tradisional. Salah satu sektor yang merasakan dampak dari perubahan ini adalah industri pandai besi, khususnya di Rumbio Jaya Steel, sebuah komunitas pengrajin besi yang telah lama beroperasi dengan metode konvensional. Meskipun memiliki produk yang berkualitas tinggi dan bernilai seni, para pengrajin besi di Rumbio Jaya Steel sering kali menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan ini tidak hanya datang dari industri kerajinan dalam negeri, tetapi juga dari produk-produk impor yang lebih mudah diakses oleh konsumen melalui platform digital. Pemasaran digital

menawarkan peluang besar bagi pengrajin besi Rumbio Jaya Steel untuk memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan visibilitas, dan menjangkau konsumen potensial di luar batas geografis tradisional. Namun, banyak pengrajin yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif (Arjuna et al., 2022).

Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan pemasaran konten, membuat mereka sulit bersaing dengan pelaku bisnis yang lebih modern dan *tech-savvy*. Selain itu, keterbatasan sumber daya dan akses terhadap pelatihan yang memadai juga menjadi hambatan utama dalam mengadopsi strategi pemasaran digital. Tanpa adanya intervensi dan dukungan yang tepat, potensi produk unggulan dari Rumbio Jaya Steel bisa terpinggirkan di pasar yang semakin digital. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan program pengabdian yang fokus pada peningkatan kapasitas pengrajin dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif (Widiati et al., 2024). Program ini tidak hanya akan memberikan pengetahuan teknis tentang alat-alat pemasaran digital, tetapi juga akan membantu pengrajin memahami bagaimana memposisikan produk mereka di pasar global, membangun merek yang kuat, dan menciptakan konten yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. Dengan demikian, strategi pemasaran digital yang dirancang khusus untuk pengrajin besi Rumbio Jaya Steel diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka, memperkuat keberlanjutan bisnis, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dalam era digitalisasi ini (Gitosudarmo, 2000). Kolaborasi dengan pihak-pihak terkait seperti pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas bisnis digital juga menjadi kunci keberhasilan program ini.

Keberhasilan implementasi strategi pemasaran digital juga dapat membuka peluang baru bagi pengrajin besi untuk berinovasi dalam desain dan diversifikasi produk mereka (Agustina, 2015). Dengan memahami kebutuhan dan preferensi konsumen melalui data yang diperoleh dari platform digital, pengrajin dapat mengembangkan produk baru yang lebih sesuai dengan permintaan pasar (Haryanti et al., 2019). Inovasi produk yang didorong oleh insight pasar dapat meningkatkan daya tarik dan relevansi produk pengrajin di pasar yang semakin kompetitif. Pada akhirnya, program pengabdian yang berfokus pada strategi pemasaran digital bagi pengrajin besi Rumbio Jaya Steel tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan visibilitas produk, tetapi juga untuk memberdayakan pengrajin agar lebih adaptif dan tangguh dalam menghadapi perubahan pasar. Implementasi program ini diharapkan dapat menjadi model bagi komunitas pengrajin lainnya dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemberdayaan ekonomi lokal (Suhilmiati et al., 2022). Dengan adopsi teknologi digital, pengrajin dapat membangun bisnis yang lebih berkelanjutan dan berdaya saing tinggi, sekaligus menjaga warisan budaya dan keterampilan tradisional yang mereka miliki.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Focus Group Discussion (FGD) dengan para pengrajin pandai besi, pelaku usaha online, dan pakar

pemasaran digital. dengan penyuluhan, presentasi dan diskusi Pelaksanaan kegiatan PKM Pendampingan serta pelatihan terhadap Pelaku Usaha Pandai Besi di Desa taratak Kec, Rumbio jaya Kab. Kampar, antara lain:

1. Identifikasi masalah Pelaku Usaha Pandai Besi. Hal ini dilakukan dengan cara, pelaku Usaha selaku pihak yang menjalankan bisnis usaha harus memastikan informasi yang didapatkan menjadi lebih lengkap.
2. Analisis Kebutuhan. Dalam metode yang kedua tim akan menganalisis permasalahan pemilik usaha dan menawarkan tema pelatihan yang dibutuhkan oleh pengrajin pandai besi agar masalah yang dihadapi mendapatkan solusi yang paling tepat.
3. Pendampingan berkala. Tim akan melakukan pendamping tentang pengelolaan dan pemasaran hasil kerajinan padai besi secara berkala kepada pelaku usaha kebutuhan Pelaku Usaha. Pelatihan pengelolaan dilakukan dalam beberapa tahapan yang dibagi dalam beberapa kali pertemuan. Materi yang disampaikan dimulai dari tahap dasar sampai tahap menengah yang sesuai dengan kebutuhan bagi para Pelaku Usaha.

Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PKM Pendampingan bagi Pelaku Usaha Pandai Besi di Desa Teratak Kecsmstsn Rumbio Jaya sebagai berikut:

1. Persiapan Pada tahap persiapan ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan Pelaku Usaha. Kemudian setelah mendapatkan hasil wawancara dari pihak Pelaku Usaha barulah disusun tema peatihan dan pendampingan mengenai pemasaran hasil usaha kedunia digital.
2. Penetapan program prioritas. Dari sekian banyak alternatif kegiatan yang ditawarkan tim pengabdian akan memilih materi yang paling dibutuhkan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan pengetahuan produk yang akan dibuat.
3. Pelatihan tentang cara mengatasi tantangan logistik dan distribusi dalam konteks pemasaran dan penjualan produk pandai besi secara digital, dilakukan dalam beberapa tahapan yang dibagi dalam beberapa kali pertemuan dari bulan Mei – Juli.
4. Evaluasi, dilakukan untuk menilai pencapaian tujuan pengabdian, mengevaluasi keberhasilan implementasi program, dan mendapatkan umpan balik yang berguna untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil pembahasan dari Focus Group Discussion (FGD) dalam program pengabdian masyarakat bagi Pelaku Usaha Pandai Besi di Desa Teratak, Kec. Rumbio Jaya, Kabupaten Kampar, Riau menunjukkan bahwa sebagian besar pengrajin masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di pasar lokal dan dari mulut ke mulut. Kedua, para peserta FGD mengidentifikasi bahwa platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan website dapat menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, terdapat tantangan dalam hal pengetahuan dan keterampilan menggunakan teknologi tersebut. Meskipun banyak dari mereka belum terbiasa dengan penggunaan

platform digital, mereka menyadari pentingnya hal ini untuk keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Para pengrajin sepakat bahwa pelatihan yang berfokus pada aspek praktis, seperti cara membuat akun di platform e-commerce, mengunggah produk, dan mengelola transaksi online, akan sangat bermanfaat. Mereka juga menekankan perlunya bimbingan dalam membuat konten yang menarik dan sesuai dengan tren pasar saat ini. Selain itu, para pengrajin besi menyampaikan kekhawatiran tentang persaingan dengan produk-produk yang lebih murah dari luar daerah atau bahkan dari luar negeri. FGD membantu mereka memahami bahwa keunikan dan kualitas produk lokal bisa menjadi nilai jual yang kuat jika dikomunikasikan dengan baik melalui pemasaran digital. Pakar pemasaran digital yang hadir dalam FGD memberikan contoh-contoh sukses dari pelaku usaha kecil lainnya yang telah berhasil meningkatkan penjualan mereka dengan strategi digital marketing yang tepat. Diskusi ini membuka wawasan para pengrajin tentang pentingnya membangun merek yang kuat dan berfokus pada keunggulan produk mereka.



Gambar 1. Suasana Pelatihan

Selanjutnya, FGD juga menyoroti pentingnya kolaborasi dan jaringan antar pengrajin besi serta dengan pelaku usaha lainnya. Dengan bekerja sama, mereka dapat berbagi pengetahuan dan sumber daya, serta menciptakan kampanye pemasaran yang lebih efektif. Contoh-contoh kolaborasi yang sukses, seperti mengadakan pameran online bersama atau membuat situs web bersama untuk produk-produk mereka, memberikan inspirasi bagi para pengrajin untuk berpikir lebih kreatif dalam memanfaatkan teknologi digital. Para pengrajin juga menyadari bahwa kolaborasi dapat membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas dan berbeda-beda. Selain aspek pemasaran, FGD juga menekankan pentingnya pengelolaan bisnis yang baik dalam menghadapi era digital. Para pengrajin diajak untuk lebih memperhatikan manajemen stok, pengaturan harga, dan pelayanan pelanggan yang lebih responsif. Diskusi ini memberikan pemahaman tentang bagaimana data dan analitik bisa digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik dan tepat waktu. Pelatihan dalam penggunaan alat-alat manajemen bisnis digital diusulkan sebagai langkah lanjutan

yang perlu diambil untuk memastikan para pengrajin tidak hanya bisa menjual produk mereka secara online, tetapi juga menjalankan bisnis mereka dengan lebih efisien.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi melalui pengembangan strategi pemasaran digital yang tepat dan relevan untuk produk-produk pengrajin pandai besi di Rumbio Jaya. Dengan memanfaatkan platform digital seperti situs web, media sosial, dan teknik pemasaran digital lainnya, tujuan utama adalah meningkatkan visibilitas, meningkatkan kesadaran merek, serta meningkatkan penjualan produk mereka di pasar lokal dan potensial di luar daerah. Melalui pendekatan ini, diharapkan pengrajin pandai besi dapat memperluas pangsa pasar mereka, memperkuat kehadiran digital mereka, dan membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang dalam ekosistem bisnis digital yang semakin kompetitif. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini tidak hanya akan memberikan manfaat praktis secara langsung bagi pengrajin, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal melalui pelestarian dan promosi kerajinan tradisional.

Pembahasan

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai usaha pandai besi dalam mensejahterakan masyarakat, kegiatan ini merupakan bentuk sosialisasi bagaimana hasil pandai besi dapat terealisasi dengan baik dalam dunia industri dan pemasaran, untuk itu kami mensosialisasikan dan mempromosikan hasil dari pandai besi sebagai usaha untuk mensejahterakan sosial masyarakat desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya, dengan memberikan sosialisasi diharapkan pengrajin pandai besi dapat berkembang dan maju. Pembahasan dari hasil ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital untuk produk pengrajin Pandai Besi Rumbio Jaya Steel dapat dinilai dari beberapa aspek dalam meningkatkan pemasaran digital produk pengrajin pandai besi di Rumbio Jaya. Berikut adalah beberapa aspek pembahasan yang relevan:

1. Peningkatan Visibilitas dan Kesadaran Merek

Strategi pembuatan situs web dan pengelolaan media sosial telah berhasil meningkatkan visibilitas online produk-produk pengrajin. Dengan memiliki platform yang informatif dan menarik, pengrajin dapat menarik lebih banyak pengunjung dan potensial konsumen. Konten yang relevan dan berkualitas tinggi seperti foto produk, video proses pembuatan, dan cerita pengrajin telah membantu membangun kesadaran yang lebih besar terhadap merek mereka di kalangan audiens target.

2. Peningkatan Penjualan

Implementasi kampanye iklan berbayar yang tepat sasaran melalui Google Ads dan Facebook Ads membantu meningkatkan lalu lintas dan konversi di situs web pengrajin. Analisis data dari alat seperti Google Analytics menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengunjung yang mengarah pada peningkatan penjualan produk. Selain itu, strategi SEO yang dioptimalkan telah meningkatkan peringkat pencarian mereka, sehingga produk pengrajin lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen potensial.

3. Penguatan Citra Brand

Pembentukan identitas visual yang konsisten dan strategi branding yang efektif telah membantu memperkuat citra brand pengrajin pandai besi di Rumbio Jaya. Penggunaan logo yang berbeda dan identitas visual yang menarik telah membantu membedakan produk mereka dari pesaing. Konsistensi dalam pesan brand dan penekanan pada nilai-nilai seperti kualitas kerajinan tangan dan keunikan desain telah mengkomunikasikan kesan profesionalisme dan kepercayaan kepada konsumen.

4. Peningkatan Kemampuan Digital

Pelatihan rutin dan dukungan teknis yang diberikan kepada pengrajin telah membantu mereka meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kepentingan bisnis mereka. Mereka sekarang lebih terampil dalam menggunakan platform media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, mengelola kampanye iklan berbayar dengan efektif, dan menganalisis data untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

5. Kolaborasi dan Jaringan

Kolaborasi dengan profesional lain dalam ekosistem bisnis digital seperti desainer grafis, fotografer produk, dan influencer telah membuka peluang baru bagi pengrajin. Ini tidak hanya meningkatkan eksposur produk mereka tetapi juga memperluas jaringan mereka dan memungkinkan akses ke pasar yang lebih luas. Kerja sama ini juga memperkuat posisi mereka di komunitas industri kreatif dan memungkinkan pertukaran ide dan praktik terbaik.

6. Penguatan Ekonomi Lokal

Dengan meningkatkan daya saing dan penjualan pengrajin besi tradisional di Desa Teratak, strategi pemasaran digital juga berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal. Ini tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan individu pengrajin, tetapi juga berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi secara lebih luas dalam komunitas mereka.

Pelaksanaan pelatihan dapat dilakukan melalui workshop langsung di lokasi Rumbio Jaya Steel, serta melalui sesi daring untuk memastikan fleksibilitas dan aksesibilitas bagi semua pengrajin. Mengingat sebagian besar pengrajin mungkin tidak terbiasa dengan teknologi, penting untuk menyediakan dukungan teknis selama pelatihan, termasuk pendampingan individual untuk membantu mereka mengatasi hambatan yang mungkin dihadapi. Selain itu, kolaborasi dengan universitas atau lembaga pelatihan teknologi dapat memperkuat kualitas dan kredibilitas program. Salah satu aspek penting dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah evaluasi dan monitoring berkelanjutan. Selain pelatihan, penting juga untuk membangun jaringan dan kemitraan dengan berbagai stakeholder yang dapat mendukung keberlanjutan program. Dengan adanya dukungan dari berbagai pihak, pengrajin besi Rumbio Jaya Steel dapat lebih mudah mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka. Pada akhirnya, kesuksesan program pengabdian ini akan diukur dari sejauh mana pengrajin mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari dan dampak dari strategi tersebut terhadap peningkatan penjualan dan visibilitas produk mereka. Diharapkan bahwa dengan pengetahuan dan keterampilan baru

yang diperoleh, pengrajin besi Rumbio Jaya Steel tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal tetapi juga dapat menembus pasar nasional dan internasional, sekaligus menjaga keberlanjutan bisnis mereka di era digitalisasi. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas, keberhasilan strategi pemasaran digital untuk Rumbio Jaya Steel dapat diukur dari dampak positifnya terhadap visibilitas, keterlibatan konsumen, peningkatan penjualan, membangun kesadaran merek, dan kontribusinya terhadap ekonomi lokal (Darmayanti, 2015). Evaluasi terus-menerus terhadap metrik kinerja dan adaptasi terhadap perubahan pasar akan menjadi kunci untuk mempertahankan keberhasilan ini dalam jangka panjang.



Gambar 1. Suasana Pelatihan

KESIMPULAN

Melalui analisis kebutuhan yang cermat, program pelatihan yang komprehensif, dan dukungan berkelanjutan, para pengrajin dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan pemasaran digital secara efektif. Implementasi strategi pemasaran digital memungkinkan pengrajin memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan visibilitas produk, dan membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan. Program ini juga menekankan pentingnya branding dan storytelling untuk menambahkan nilai pada produk mereka, serta pentingnya kolaborasi dengan berbagai stakeholder untuk memperkuat keberlanjutan dan efektivitas program. Evaluasi dan monitoring berkelanjutan memastikan bahwa program dapat terus disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pengrajin, sementara kemitraan dengan platform e-commerce dan pemerintah daerah dapat memperluas peluang pasar. Kesuksesan program ini akan diukur dari kemampuan pengrajin untuk mengimplementasikan strategi yang telah dipelajari dan dampak positifnya terhadap penjualan dan visibilitas produk. Dengan pendekatan yang

terstruktur dan kolaboratif, pengrajin besi Rumbio Jaya Steel diharapkan tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal tetapi juga menembus pasar nasional dan internasional, memastikan keberlanjutan bisnis mereka di era digitalisasi dan memberdayakan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjuna, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM. *Comsep: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159–164.
- Agustina, Tri Siwi. (2015). *Kewirausahaan: Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM Bandung*.
- Damayanti, C. (2015). *Packaging The Brand. Modul Pelatihan. Rumah Kemasan di di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Gitosudarmo, Indrianyo (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Siagian. (2008). *Manajemen Stratejik*.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), 144–151.
- Suhilmiati, E., Yusroh, M., Fatimah, N., & Hidayah, N. (2022). Pendampingan UMKM Pandai Besi Melalui Digital Marketing Di Era Covid-19 Desa Tegalarjo Kecamatan Glenmore. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 82–94.
- Widiati, I. S., Purwiantoro, M. H., & Lashwaty, N. D. (2024). Pemasaran Digital Industri Rumah Tangga Pandai Besi Di Desa Segaran. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 187–199.