

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PELATIHAN UMKM HANDYCRAFT TERKAIT PEMASARAN
PADA APLIKASI ETSY**



Oleh:

Ketua Pelaksana	:	Rika Rahayu, S.M., M.B.A	(NIDN: 0708130901)
Anggota	:	1. Maratus Zahro, S.E., M.S.A.	(NIDN: 0702028804)
		2. Dewi Maryam, S.E., M.M.	(NIDN: 0708029201)
		3. Ardian Pradana	(NPM: 1810110887)
		4. Sherlyca Herari Az Zahra	(NPM: 1810111088)
		5. Reza Pratama Atalla	(NPM: 1810111061)

KERJASAMA

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA
DENGAN
KECAMATAN BUBUTAN KOTA SURABAYA**

JULI 2021

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Pengabdian : Pelatihan UMKM Handycraft Terkait Pemasaran Pada Aplikasi Etsy
2. Pelaksana
 - Ketua : Rika Rahayu, S.M., M.B.A. (NIDN: 0713098901)
 - Anggota : 1. Maratus Zahro, S.E., M.S.A. (NIDN: 0702028804)
2. Dewi Maryam, S.E., M.M. (NIDN: 0708029201)
3. Ardian Pradana (NPM: 1810110887)
4. Sherlyca Herari Az Zahra (NPM: 1810111088)
5. Reza Pratama Atalla (NPM: 1810111061)
3. Media : Google Meet dan chat Whatapps
4. Pelaksanaan : 15 Februari 2021-15 Maret 2021
5. Biaya : Rp6.000.000 (Enam Juta Rupiah)
 - Internal STIESIA : Rp5.000.000 (Lima Juta Rupiah)
 - Sumber Lain : Rp1.000.000 (Satu Juta Rupiah)
6. Sumber Dana : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Mengetahui
Kepala LP2M,



Dr. Nur Laily, M.Si.

Surabaya, 23 Agustus 2021

Ketua Pelaksana
Pengabdian kepada Masyarakat

Rika Rahayu, S.M., M.B.A.

Menyetujui

Kepala STIESIA Surabaya,



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Lampiran	vi
I. PENDAHULUAN	1
II. TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN	3
III. METODE PELAKSANAAN	4
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	5
V. SIMPULAN	12
VI. REKOMENDASI	12
VII. UCAPAN TERIMA KASIH	13
Lampiran	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Tugas Pengabdian kepada Masyarakat
- Lampiran 2 : Sertifikat Pengabdian kepada Masyarakat
- Lampiran 3 : Daftar Hadir
- Lampiran 4 : Foto Kegiatan
- Lampiran 5 : Materi Pelatihan

ABSTRAK

Pandemi covid-19 sudah berjalan hampir 2 tahun lebih, sehingga menjadi tuntutan bagi semua elemen masyarakat untuk dapat bertahan hidup ditengah pandemi saat ini. Banyak sekali sektor usaha jasa maupun barang yang terkena dampaknya. Penjualan barang melalui aplikasi etsy merupakan hal yang relatif mudah bila dibandingkan dengan beberapa aplikasi jual pada produk berpotensi ekspor lainnya. Namun penjual membutuhkan kerja dan rutinitas yang sangat menarik terkait dengan dokumentasi dan menyediakan customer service bagi produk yang akan dijual. Permasalahan yang terjadi pada UMKM di Indonesia antara lain menurunnya kreativitas UMKM handycraft saat pandemi Covid-19, kurangnya pengetahuan terkait platform-platform pemasaran online, dan kurangnya pengetahuan terkait potensi ekspor. Berdasarkan permasalahan tersebut maka kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pendampingan dan pelatihan dengan metode wawancara dan FGD melalui Google meet dengan menjelaskan pengenalan aplikasi ETSY dan mendesain barang-barang yang sehingga memiliki nilai jual. Metode pelaksanaan menggunakan tiga tahap yaitu identifikasi masalah, pelatihan dan pendampingan, monitoring dan evaluasi. Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Bubutan, yang diikuti oleh pelaku UMKM di Kecamatan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan mulai memasukkan barang-barang hasil buah tangan untuk dipasarkan meialui aplikasi ETSY, serta beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan memiliki *income* pada jenis usaha lebih dari satu untuk berwirausaha pada masa pandemi.

Kata Kunci: Pemasaran online, UMKM, handycraft

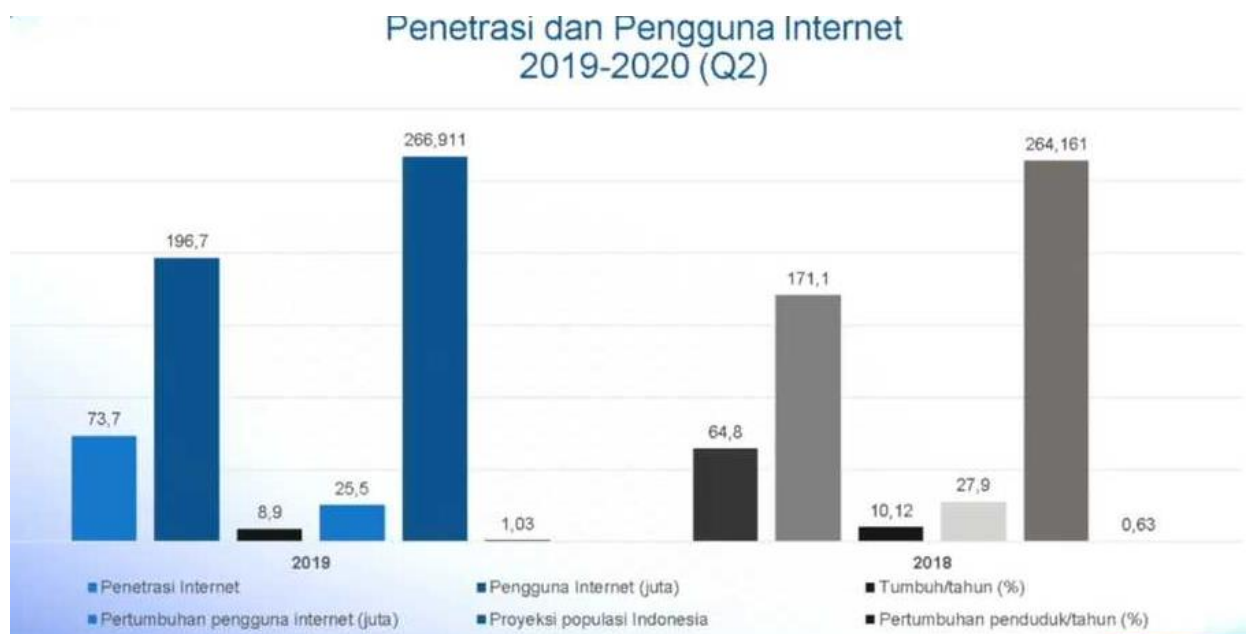
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Pandemi covid-19 sudah berjalan hampir 2 tahun lebih, sehingga menjadi tuntutan bagi semua elemen masyarakat untuk dapat bertahan hidup ditengah pandemi saat ini. Banyak sekali sektor usaha jasa maupun barang yang terkena dampaknya. Faktor yang menjadi katalisator penting saat pandemic adalah penggunaan internet untuk proses secara online maupun daring. Hal ini karena berbagai sektor baik usaha, politik, ekonomi, sosial dan budaya juga mulai tertelan akibat pandemik covid-19. Pendidikan contohnya, yang mengharuskan para siswa harus belajar dari rumah untuk dapat terus melakukan kegiatan belajar mengajar sehingga melibatkan peran orang tua dalam memantau anak-anak untuk dapat belajar dari rumah dengan menggunakan internet.

Penggunaan internet juga penting bagi sektor usaha lainnya untuk kegiatan pengenalan maupun promosi. Data yang Diperoleh dari hasil survei terkait penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 di kuartal 2 (Q2) mencapai 196,7 juta pengguna dengan penetrasi 73,3% dari total populasi Indonesia sekitar 266,9 juta (APJII, 2020).



Berdasarkan grafik diatas, peluang pada penggunaan internet dimasa pandemi mampu meningkatkan daya jual beli masyarakat tanpa adanya kontak fisik yang biasa dilakukan antara penjual maupun pembeli seperti saat ini. Saat kreatifitas dihentikan karena fokus pada sandang pangan selama pandemi, sangat disayangkan apabila UMKM berhenti berproduksi karena untuk alasan bertahan hidup. Minat masyarakat mulai berubah yang awalnya mengadaptasi keterampilannya untuk dapat menghasilkan produk atau jasa yang memiliki *value added*, karena faktor pemasaran online yang terbatas juga menjadi suatu kendala.

Kebudayaan dan pariwisata mulai terhambat sehingga berpengaruh secara signifikan kepada pendapatan devisa Negara karena banyak akses secara eksternal yang ditutup. Hal ini menjadi prioritas bagi Kementrian Pariwisata dan Kebudayaan dalam mengembangkan pariwisata di Indonesia untuk dapat hidup kembali. Salah satunya terhadap barang dan jasa yang mampu diperkenalkan menjadi produk bernilai mancanegara tanpa harus melintasi antar Negara atau benua. Handyscraft di Indonesia dikenal mancanegara dengan potensi bisnis yang sangat potensial, terbukti pada tahun 2014 produk handyscraft sukses mampu mencatat nilai ekspor dunia sebesar \$694,3 juta (Swa, Januari 2015).

Membahas terkait dengan pemasaran secara online banyak sekali masyarakat kita yang memanfaatkan aplikasi yang bisa diakses di dalam negeri seperti beberapa platform, Shopee, Tokopedia, Blibli, Gojek, Grab maupun penggunaan sosial media sebagai media informasi yang disebar untuk tujuan pemasaran sehingga masyarakat tetap bisa mengkonsumsi produk buatan dalam negeri. Hal yang melatarbelakangi penggunaan pasar *online* adalah barang-barang yang dijual sulit untuk dijual dengan tingkat kompetitif dalam negeri, sehingga harus merambah pada pasar luar negeri. Salah satu pasar *online* yang bisa menjadi wadah dalam media pemasaran *online* yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, salah satunya adalah Etsy. Etsy adalah pasar online tempat penyedia atau vendor dapat terhubung dengan konsumen (pembeli) mereka, (Mulyawan, 2021)

UMKM hanya mencari keuntungan bukan pada nilai dari suatu barang atau jasa. Hanya pada aplikasi dalam negeri, yang biasa digunakan oleh seluruh masyarakat luas

dan belum merambah pada aplikasi yang dirancang secara internasional dan berfokus pada barang atau jasa yang menjadi kategori *handmade*.

1.2 Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis masalah diatas, permasalahan mitra khususnya para UMKM di Kecamatan Bubutan Surabaya diantaranya:

1. Menurunnya kreatifitas UMKM handyscraft saat pandemi Covid-19

Masa pandemi menjadi penghalang untuk mampu meningkatkan produksi barang dan jasa karena banyak sekali paa pelaku UMKM yang mulai untuk melakukan peralihan menghentikan produksi barang-barang *handmade* dan berjualan makanan untuk bertahan hidup. Masa pandemi beralih usaha dari barang handyscraft menjadi berjualan makanan, karena dirasa lebih menguntungkan dan fokus setiap orang banyak sekali pada kebutuhan sandang dan pangan, sehingga banyak kretaifitas yang seharusnya bisa dikerjakan untuk mengisi waktu luang dan memiliki value belum dipertimbangkan.

2. Kurangnya pengetahuan terkait platform-platform pemasaran *online*

Pemasaran secara online baik melalui platform-platform tertentu maupun sosial media menjadi kebutuhan utama dimasa pandemi. Tanpa disadari, internet sudah menjadi kebutuhan pokok dalam berbagai bidng baik bidang pendidikan, transportasi, ekonomi dan lain-lain. Penawaran melalui sosial media mulai gencar dilaksanakan, aplikasi whatsapp, line dan lain-lain banyak sekali dilakukan. Tanpa membutuhkan tempat yang memadai utuk memasarkan barang, dengan penggunaan pemasaran secara online dengan platform tertentu atau aplikasi tertentu mampu para UMKM melihat dunia digital dan meraih peluang untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya.

UMKM Indonesia selalu terhambat pada permasalahan standar, desain dan kualitas produk, penyebab dari hal tersebut diantaranya:

- a. Produk *handmade* dilaksanakan berdasarkan tradisi yang belum tersandarisasi.
- b. Implementasi standar dalam produksi masih rendah
- c. Teknologi yang digunakan terbatas

- d. Penegakan dan pengawasan pengaturan UMKM masih lemah dalam mendorong pertumbuhan UMKM
- e. Konsumen belum memperhatikan standarisasi mutu.

3. Kurangnya pengetahuan terkait potensi ekspor

Banyak produk *handmade* yang mampu menembus pasar luar negeri, namun belum disadari oleh masyarakat luas. Apabila kita perkenalkan sebagai produk olahan dalam negeri akan menjadi ciri khas sebagai produk Indonesia yang bernilai jual karena hadir dari kebudayaan bangsa Indonesia itu sendiri.

BAB 2
SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi yang bisa ditawarkan pada permasalahan mitra diatas adalah:

No.	Permasalahan Mitra	Solusi yang bisa dilakukan	Target Luaran
1.	Menurunnya kreatifitas UMKM handyscraft saat pandemi Covid-19	Melakukan pendampingan dan pelatihan dengan metode wawancara dan FGD melalui Google meet dengan menjelaskan terkait nilai jual barang-barang handmade yang berdaya saing internasional.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelaku UMKM mampu menhidupkan kembali kreatifitas dan aneka ragam dalam hal kreatifitas pada produk yang bernilai pada masa pandemi b. Peluang dalam bisnis pada barang-barang handyscraft dan tetap bisnis yang dijalani dalam berjualan makanan
2.	Kuranginya pengetahuan terkait platform-platform pemasaran online	Melakukan pendampingan dan pelatihan dengan metode wawancara dan FGD melalui Google meet terkait pengenalan aplikasi ETSY dan mendesain barang-barang yang sehingga memiliki nilai jual	<ul style="list-style-type: none"> a. Mampu mengenal teknologi baik berupa platform-platform, aplikasi maupun media sosial yang membantu dalam pemasaran online pada pasar online b. Mengenal literasi keuangan seperti paypal dan aplikasi yang mendukung literasi keuangan yang tidak

			hanya pengajuan kredit, menabung dan deposito.
3.	Kurangnya pengetahuan terkait potensi ekspor	Melakukan pendampingan dan pelatihan melalui metode wawancara dan FGD dengan materi keunggulan barang homemade di pasar mancanegara	<ul style="list-style-type: none"> a. Mampu meningkatkan kualitas produk b. Aktif pada pasar online baik media sosial maupun aplikasi lainnya yang terkait dengan <i>marketplace</i> ETSY.
4	Target luaran terkait UMKM	Membuat artikel jurnal	Jurnal terakreditasi SINTA sebagai bentuk publikasi.

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, tim melakukan analisis perkembangan ke UMKM di Kecamatan Bubutan untuk mengidentifikasi permasalahan yang menghambat perkembangan UMKM di Kecamatan Bubutan pada masa pandemi. Identifikasi masalah digunakan sebagai dasar pemilihan materi dan jenis pelatihan yang akan diberikan bagi UMKM di Kecamatan Bubutan.

2. Pelatihan dan Pendampingan

- a. Pelatihan tentang strategi pemasaran strategi baru dan produk baru pada masa pandemi.
- b. Pelatihan tentang kewirausahaan di masa pandemi.
- c. Program pendampingan mampu bertahan pada masa pandemi dengan menggunakan teknologi tertentu secara *online*.

3. Monitoring dan Evaluasi

Pengumpulan data dalam menggali informasi dilakukan dengan cara wawancara (in depth interview) setelah proses wawancara dengan para pelaku UMKM dilakukan pula proses *focus group discussion* (FGD) didukung dengan pengumpulan data melalui browsing melalui internet, mengumpulkan laporan-laporan sebelumnya, dokumentasi dan *recording* saat FGD. Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan dengan metode *chatting* melalui whatsapp untuk mengetahui perkembangan produk yang dipasarkan melalui aplikasi ETSY.

BAB 5

HASIL DAN LUARAN

Kegiatan ini bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang mencakup cara-cara peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain dalam hal perluasan wawasan, pengetahuan maupun peningkatan keterampilan yang dilakukan oleh sivitas akademik sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan aktif meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat luas terutama bagi masyarakat ekonomi lemah. Secara umum program ini dirancang oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya untuk memberi kontribusi nyata bagi masyarakat, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi yang harus dilakukan setiap dosen.

Pertimbangan terhadap kondisi yang ada saat ini, menjadi faktor utama dalam pertahanan seorang usaha UMKM untuk tetap berproduksi.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses dan pengenalan masalah dengan kata lain identifikasi masalah adalah salah satu proses yang bisa dikatakan sebagai langkah penting diantara langkah-langkah proses yang lain. Identifikasi masalah merupakan tahapan awal yang dilakukan sebelum pengabdian dilaksanakan. Tahap ini bertujuan untuk melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Bubutan pada masa pandemik. Tim pengabdian melakukan survei pada bulan Agustus melalui Google Meet dan chat serta *video call* Whatsapps bagi UMKM yang memiliki prospek pada bidang handycraft. Berdasarkan kondisi UMKM di Kecamatan Bubutan, dapat diketahui bahwa sebagian besar UMKM di Kecamatan Bubutan mengalami penurunan omzet pada saat pandemik. Banyak yang masih belum mencoba memasarkan secara online melalui beberapa cara dengan menggunakan platform tertentu. UMKM di Kecamatan Bubutan juga belum mengetahui tata cara pengelolaan terhadap barang dan jasa yang memiliki nilai jual untuk kegiatan usaha pada kondisi pandemi sehingga banyak yang beralih usaha dan meninggalkan usaha handycraft. Pemahaman terhadap barang ekspor yang memiliki

nilai jual tinggi juga belum terpalikasikan dengan baik, sehingga untuk menyadarkan terkait pengetahuan tersebut butuh usaha yang luar biasa.

2. Pelatihan dan Pendampingan

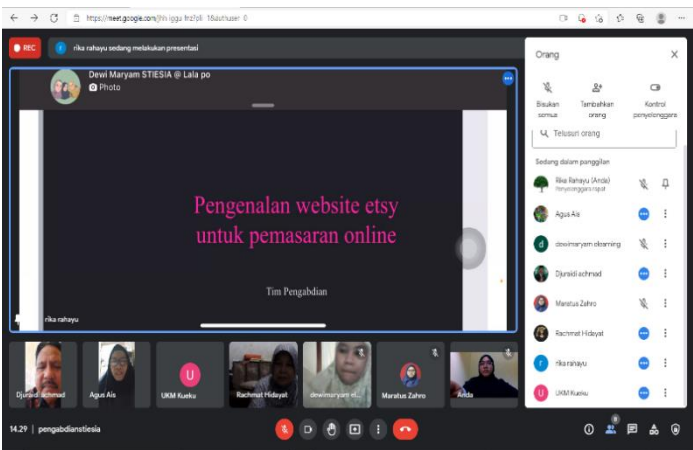

Peserta yang menjadi target adalah yang memiliki usaha makanan dan minuman sebanyak 6 UMKM dari Kecamatan Bubutan. Para peserta yang berpartisipasi sangat antusias dalam acara tersebut, sehingga materi yang disampaikan sangat membantu bapak-ibu pelaku usaha UMKM meskipun dilakukan secara Online.

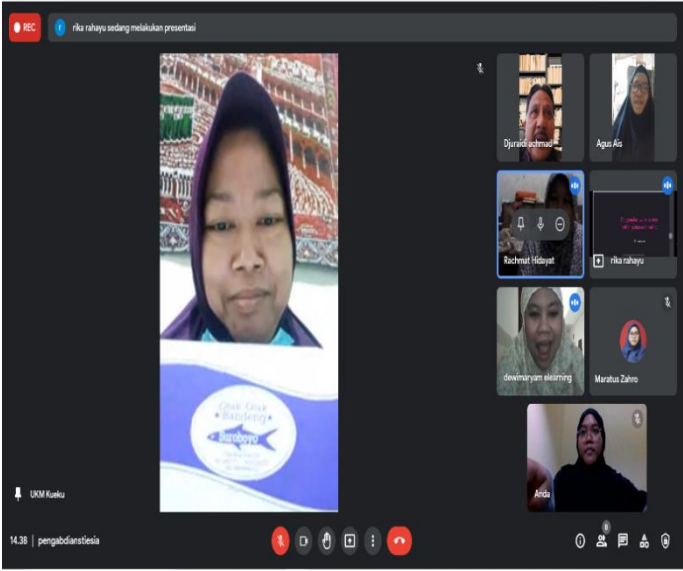
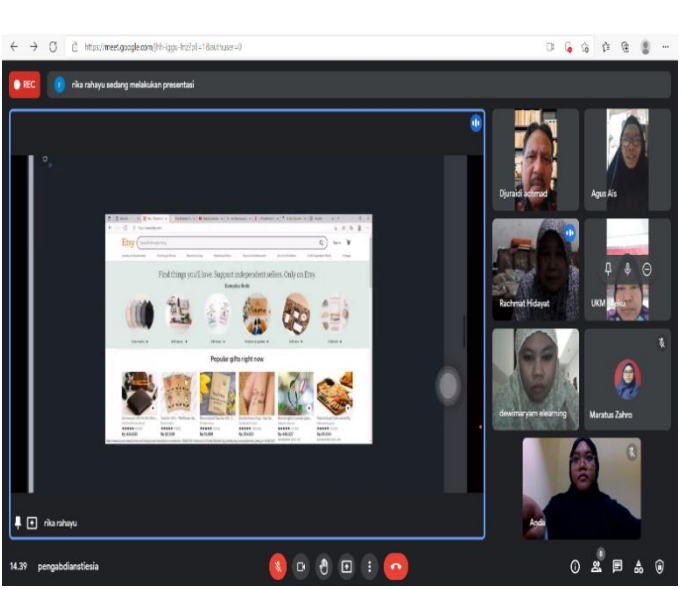
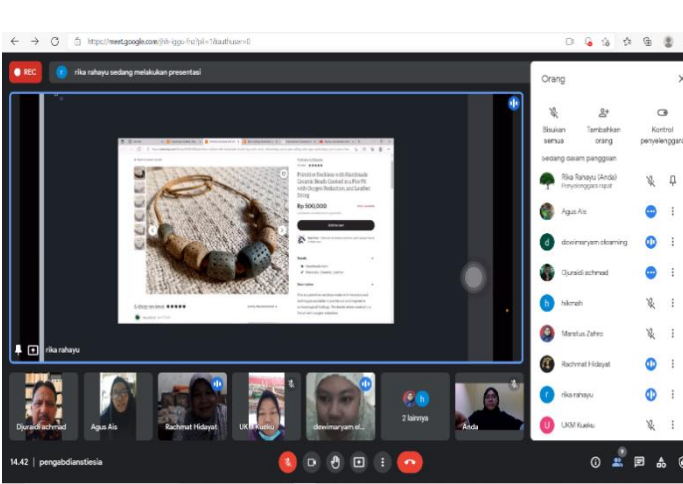
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud tanggung jawab STIESIA Surabaya sebagai Lembaga pendidikan dilaksanakan pada:

Keterangan	Identifikasi Masalah	Pelatihan	Pendampingan	Monitoring dan Evaluasi
Hari	Rabu	Selasa	Rabu	Kamis
Tanggal	2 Juni 2021	3 Agustus 2021	11 Agustus 2021	23 Agustus 2021
Tempat	Rumah/tempat usaha masing-masing	Rumah/tempat usaha masing-masing	Rumah/tempat usaha masing-masing	Rumah/tempat usaha masing-masing
Waktu	15.00–17.00 WIB	18.00–20.00 WIB	18.00–20.00 WIB	18.00–20.00 WIB
Pemateri	Narasumber : 1. 1. Drs. Achmad Djuraidi, M.Si. 2. Rika Rahayu, S.M., M.B.A. 3. Dewi Maryam, S.E., M.M. 4. Mar'atus Zahro, S.E., M.S.A.	Materi I: Pemasaran melalui ETSY Narasumber: 1. Rika Rahayu, S.M., M.B.A. 2. Dewi Maryam, S.E., M.M. Materi: Keunggulan barang homemade Narasumber: 1. Mar'atus Zahro, S.E., M.S.A. 2. Drs. Achmad Djuraidi, M.Si.	Narasumber : 1. Drs. Achmad Djuraidi, M.Si. 2. Rika Rahayu, S.M., M.B.A. 3. Dewi Maryam, S.E., M.M. 4. Mar'atus Zahro, S.E., M.S.A.	Melakukan monitoring dan evaluasi (monev) setelah diberikan pelatihan dan pendampingan
Jumlah Peserta	6 UMKM	6 UMKM	6 UMKM	6 UMKM

3. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan yang berkaitan erat dengan kegiatan monitoring, karena kegiatan evaluasi dapat menggunakan data yang disediakan melalui kegiatan monitoring. Dalam merencanakan kegiatan hendaknya kegiatan evaluasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan, sehingga dapat dikatakan sebagai kegiatan yang lengkap. Evaluasi diarahkan untuk mengendalikan dan mengontrol ketercapaian tujuan. Dari hasil monitoring dan evaluasi yang dilakukan di UMKM Kecamatan Bubutan, membutuhkan pemikiran khusus untuk membuat usaha baru sebagai penunjang, mempertahankan bisnis yang ada agar selalu mampu bersaing dan mendaftarkan produk atau merek pada BPOM sehingga mampu bersaing di pasar global. Berikut hasil wawancara kami melalui video call dengan 6 peserta pelatihan yang dirangkum dalam setiap data pemateri dan bukti komunikasi terkait masa pandemik seperti saat ini:

No	Monitoring dan Evaluasi	Peserta	Pemateri
1		Seluruh peserta UMKM join pada Google meet untuk materi pemasaran secara online dan keunggulan produk mancanegara	Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro Dan Djuraedi.
		Salah satu peserta UMKM menunjukkan barang handmade untuk siap dipasarkan	Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro Dan Djuraedi.

	<p>Salah satu peserta yang membuat produk selain handmade yaitu makanan sebagai tambahan kerja saat pandemi</p>	<p>Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro Dan Djuraedi.</p>
	<p>Tampilan awal aplikasi Etsy untuk keunggulan produk bernilai ekspor di pasar mancanegara</p>	<p>Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro Dan Djuraedi.</p>
	<p>Barang handmade yang dicoba dimasukkan pada aplikasi Etsy</p>	<p>Materi disampaikan oleh Rika Rahayu, Dewi Maryam, Maratus Zahro Dan Djuraedi.</p>

1. Aplikasi Etsy

Penjualan barang melalui etsy merupakan hal yang relative mudah bila dibandingkan dengan beberapa aplikasi jual pada produk berpotensi ekspor lainnya. Namun penjual dibutuhkan kinerja dan rutinitas yang sangat menarik terkait dengan dokumentasi dan menyediakan customer service bagi produk yang akan dijual. Adapun beberapa kategori barang² yang bisa dijual di etsy diantaranya:

- a. Barang-barang kerajinan tangan seperti: aksesoris, pakaian, perabot kebutuhan rumah tangga, perlengkapan anak-anak dan lainnya
- b. Barang Antik seperti: logo kostum, pakaian, aksesoris, foto, perhiasan, buku permainan dan lain-lain.
- c. Bahan karya seni seperti: pembuatan perhiasan dan perlengkapan manik-manik, perlengkapan menjahit dan merajut serta produk seni visual

selain contoh-contoh barang-barang diatas Etsy juga bisa berkembang untuk menjual barang-barang lainnya yang memiliki nilai ekspor. Untuk menjual barang di Etsy bagi para pemula dilakukan dengan cara:

1. Membuat akun Etsy
Dalam hal ini UMKM dibantu untuk membuat satu akun terlebih dahulu untuk bahan pengenalan cara pengoperasian dengan memasukkan nama dan alamat email serta seluruh bio pada akun tersebut
2. Melakukan riset pasar
Produk serupa lainnya di pasar dan cari tahu di mana titik harga seharusnya terkait dengan produk tersebut.
3. Menciptakan identitas merek
Membuat gambar untuk membuat konten hebat, serta ada juga sejumlah kursus desain harga potongan di luar sana jika ingin mencoba seni yang lebih kompleks
4. Melatih keterampilan dalam dokumentasi
gambaran menyeluruh tentang produk tersebut, yang berarti kemungkinan pengembalian dana menjadi lebih sedikit serta kepuasan pelanggan yang lebih tinggi
5. Menggunakan *keyword* untuk deskripsi produk
6. Membuat nilai jual yang unik

Mengkomunikasikan nilai jual unik produk dan di seluruh rangkaian produk sehingga menjangkau orang-orang yang tertarik dengan produk tersebut

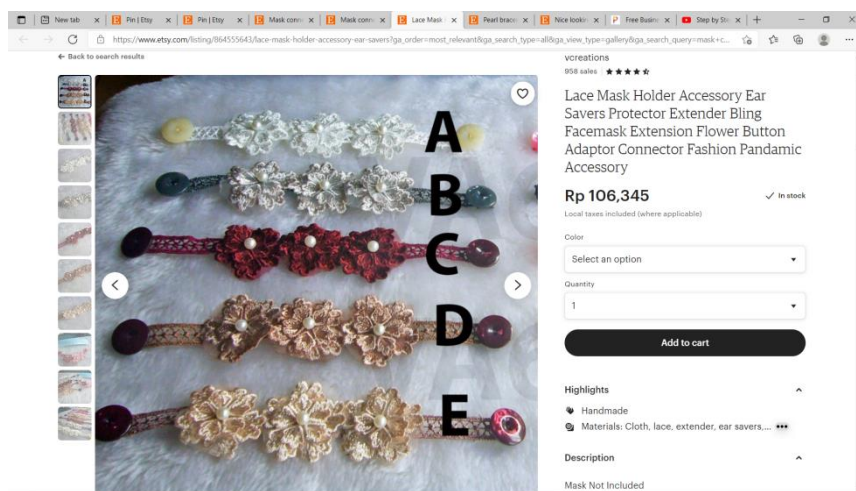
7. Membuat packaging yang baik

Mengemas produk Anda dengan indah serta bergaya

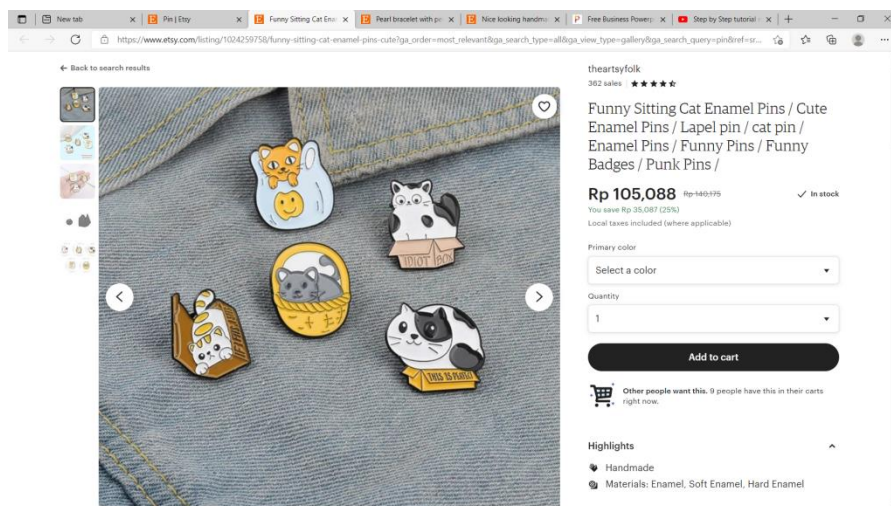
8. Memanfaatkan sosial media

9. Segi pengiriman yang relatif murah

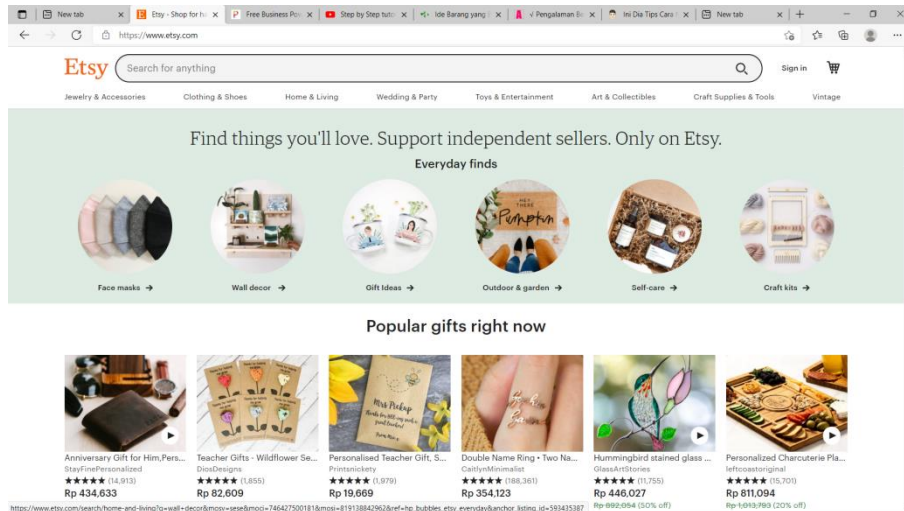
Berikut gambaran aplikasi Etsy yang bisa dimanfaatkan untuk pemasaran secara online sesuai kriteria diatas:



Gambar: Pemasaran konektor masker bagi yang berhijab



Gambar: Bros karakter yang unik



Gambar: Setelah mengisi bio baik nama dan email hal ini akan tampak sebagai halaman depan aplikasi Etsy.

2. Keunggulan barang handmade pada pasar mancanegara

Kerajinan tangan asli Indonesia memiliki keunikan yang mampu menonjolkan kebudayaan asli Indonesia sehingga mampu menembus pasar mancanegara. kerajinan tangan merupakan penyerap tenaga kerja yang besar bagi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Penyebabkan jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) di bidang kerajinan tangan terus bertambah diantaranya, modal awal yang kecil, jam kerja yang fleksibel, kemudahan untuk bekerja dari rumah, dan kebebasan mengelola usaha menjadi daya tarik.

Kementerian Koperasi dan UKM telah bekerja sama dengan Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) untuk mendorong daya saing UKM dilakukan berbagai upaya pendanaan dan pembinaan. Tetapi peranan produksi kriya di Indonesia terhadap ekspor secara keseluruhan ternyata belum signifikan. Pada 2018 ekspor Indonesia masih didominasi oleh hasil sumber daya alam seperti bahan bakar migas, besi dan baja, hingga bubuk kayu berdasarkan data Badan Pusat Statistik.

Contoh kerajinan tangan di Indonesia yang dikenal dalam pasar mancanegara:



Dari gambar diatas menunjukkan pada gambar pertama seperti ukir kayu, batik, anyaman dan keramik biasanya menjadi langganan pasar mancanegara. Hal-hal yang perlu dipersiapkan untuk pasar mancanegara diantaranya:

1. Membuat akun paypal: Akun Paypal yang sudah diverifikasi akan membuat anda lebih mudah menerima pembayaran dalam jumlah besar.
2. Aktif dalam sosial media: Dapat membantu memperlancar promosi produk handmade ke pasar luar negeri. Bahkan sudah banyak pengrajin Indonesia yang hanya menggunakan media sosial sebagai media untuk pemasaran produk handmade buatannya sendiri
3. Masuk pada marketplace seperti Etsy dan Ebay

BAB 6

RENCANA DAN TAHAPAN BERIKUTNYA

Tabel tahapan dengan menerapkan aplikasi tersebut dan perkembangannya, mempersiapkan barang dan jasa agar dapat menjadi barang yang bernilai ekspor. Berikut rencana dan tahapan berikutnya yang mampu dilakukan untuk mengembngkan UMKM diantaranya:

No.	Pelatihan yang dilakukan	Rencana Berikutnya
1	Pelatihan pemasaran secara online dengan menggunakan marketplace salah satunya adalah Etsy	Pelatihan pengelolaan marketplace Etsy dengan menggabungkan social media dan pembuatan akun paypal untuk membantu keuangan peserta UMKM
2	Pelatihan pengenalan produk UMKM yang memiliki nilai ekspor pada pasar mancanegara	Pelatihan dalam memilih produk ekspor yang berdaya saing dan pelatihan dalam menentukan cara terbaik untuk ekspor.

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Bubutan, yang diikuti oleh pelaku UMKM di Kecamatan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan mulai memasukkan barang-barang hasil buah tangan untuk dipasarkan melalui aplikasi ETSY.
2. Beberapa pelaku UMKM di Kecamatan Bubutan memiliki *income* pada jenis usaha lebih dari satu untuk berwirausaha pada masa pandemi.
3. Beberapa produk yang dijual oleh UMKM di Kecamatan Bubutan mempelajari beberapa barang yang memiliki keunggulan kompetitif.

III. REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan melalui pelatihan materi pelatihan umkm handycraft terkait pemasaran pada aplikasi etsy dan keunggulan *handmade* pada pasar mancanegara bagi UMKM Kecamatan Bubutan ini dapat memberi manfaat kepada khalayak luas, maka selanjutnya merekomendasi:

1. Adanya keselarasan antara identifikasi masalah dan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra, sehingga para pelaku UMKM di Surabaya dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia.
2. Mulai mengenalkan platform-platform online sehingga mampu memberi dukungan dalam bidang pemasaran dan kualitas suatu barang.
3. Waktunya UMKM bisa mempelajari peluang yang terdapat di mancanegara dengan barang-barang yang mampu diproduksi sendiri.
4. Adanya kerjasama LP2M STIESIA Surabaya dan Pemerintah Kota Surabaya untuk mengajak para pelaku UMKM untuk mendaftarkan usahanya, agar usaha tersebut memiliki value added.

IV. UCAPAN TERIMA KASIH

Pelatihan ini dapat berjalan dengan lancar dan baik karena peran serta dan dukungan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang memfasilitasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai salah satu pemenuhan Tridharma Perguruan Tinggi.
2. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) yang telah mendampingi dan mengkoordinatori kegiatan pengabdian dengan beberapa UMKM di Surabaya.
3. Camat Bubutan Kota Surabaya yang bersedia menyediakan fasilitas tempat melaksanakan kegiatan: pelatihan umkm handycraft terkait pemasaran pada aplikasi etsy dan keunggulan *handmade* pada pasar mancanegara bagi UMKM Kecamatan Bubutan.
4. Segenap Staf Kecamatan Kota Surabaya yang bersedia menyediakan fasilitas tempat melaksanakan kegiatan: pelatihan umkm handycraft terkait pemasaran pada aplikasi etsy dan keunggulan *handmade* pada pasar mancanegara bagi UMKM Kecamatan Bubutan.
5. Peserta Paguyuban UMKM Kecamatan Bubutan yang mendukung pengabdian kepada masyarakat ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu, yang telah membantu atas terlaksananya pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Bubutan.

REFERENSI

Begini Tips Cara Menjual Barang di Etsy untuk Pemula yang Benar!. [Ini Dia Tips Cara Menjual Barang di Etsy untuk Pemula, Wajib Tahu! \(rifqimulyawan.com\)](#).

LAMPIRAN

- 1. Surat Tugas**
- 2. Foto Kegiatan**
- 3. Daftar Hadir Kegiatan**
- 4. Materi Kegiatan**
- 5. Sertifikat Kegiatan**

Lampiran 1 : Surat Tugas Pengabdian kepada Masyarakat



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA

DIPLOMA 3 (Terakreditasi): STRATA 1 (Terakreditasi): STRATA 2 (Terakreditasi): STRATA 3: PENDIDIKAN PROFESI
• Manajemen Perpajakan • Manajemen • Manajemen • Ilmu Manajemen AKUNTANSI
• Akuntansi • Akuntansi • Akuntansi (Terakreditasi) (Terakreditasi)

Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118 ☎ (031) 5925514, 5947505, 5947840, 5914650; Fax. (031) 5925514
Website: www.stiesiaedu.com E-mail: stiesia@sby.dnet.net.id

SURAT TUGAS

Nomor: A.198b/01.6b/IV/2021

Tanggal 9 April 2021

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada,

Nama : 1. Rika Rahayu, S.E., M.B.A.
2. Maratus Zahro, S.E., M.S.A.
3. Dewi Maryam, S.E., M.M.
4. Ardian Pradana
5. Sherlyca Herari Az Zahra

Alamat : Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan : 1 - 3, Dosen
4 - 5, Mahasiswa

Keperluan : Pengabdian Kepada Masyarakat

Tempat : Kota Surabaya

Materi : Pelatihan UMKM Handycraft Terkait Pemasaran Pada Aplikasi ETSY

Pelaksanaan, Tanggal : April s.d. Agustus 2021

Biaya Tugas : LP2M STIESIA Surabaya

Kendaraan : -

Catatan:

Selesai melaksanakan tugas mohon menyerahkan foto copy surat keterangan/sertifikat ke LP2M.

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



Ketua,

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

Tembusan Yth.:

1. Ketua Perpendiknas
2. Wakil Ketua I
3. Kepala LP2M
4. Kabag Keuangan



Lampiran 2 : Sertifikat Pengabdian kepada Masyarakat



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Rika Rahayu, S.M., M.B.A.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pelatihan UMKM Handycraft Terkait Pemasaran Pada Aplikasi Etsy
pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Maratus Zahro, S.E., M.S.A.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pelatihan UMKM Handycraft Terkait Pemasaran Pada Aplikasi Etsy
pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT

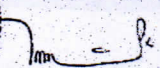
Diberikan Kepada

Dewi Maryam, S.E., M.M.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pelatihan UMKM Handycraft Terkait Pemasaran Pada Aplikasi Etsy
pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya


Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.

Lampiran 3 : Daftar Hadir

