

## **Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Wirausaha Gedek guna Meningkatkan Ekonomi Masyarakat di Desa Kondamara Kabupaten Sumba Timur**

Iona Lisa Ndakularak<sup>1\*</sup>, Erwin Randjawali<sup>2</sup>, Irna N. Sanit<sup>3</sup>, Yuliana S. Eko<sup>4</sup>,  
Elsy Senides Hana Taunu<sup>5</sup>, Lusianus H. Sinyo Kelen<sup>6</sup>, Yubinanto Konda  
Meha<sup>7</sup>, Apliana Umbu Ndapa<sup>8</sup>, Yeni Day Hambati<sup>9</sup>, Dewi Candrawati  
Suryani<sup>10</sup>, Santri Taba Leki<sup>11</sup>, Alfondro T.P Kilimandu<sup>12</sup>, Rolan Katanga  
Landa<sup>13</sup>, Nikodemus Tungga Retang<sup>14</sup>, Umbu Yiama Selitara<sup>15</sup>, Stepanus Tamu  
Ama<sup>16</sup>

<sup>1-16</sup>Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Waingapu, Indonesia

\*Corresponding Author: [gracesika@petra.ac.id](mailto:gracesika@petra.ac.id)

**Info Artikel**

Diterima:02/12/2022

Direvisi:12/12/2022

Disetujui:15/12/2022

**Abstract.** *PkM activities carried out in the form of KKN aim to provide training on how to use social media in offering products to the gedek craftsmen in Kondamara Village, East Sumba Regency. This activity also aims to increase the knowledge and skills of gedek craftsmen in utilizing social media to make online sales. This PkM activity was carried out in July 2022 and took place at the home of one of the craftsmen in the village. Some of the methods used in this PkM activity are 1) Observation and interview methods to see the potential of the village and the constraints faced by the gedek craftsmen; 2) The lecture method to explain the meaning of social media and the benefits of social media for online marketing activities; 3) The demonstration method is used when accompanying craftsmen in creating social media accounts; 4) Discussion method to answer questions raised by the craftsmen in the training. The result of this activity is that the training activities can be carried out properly and the gedek craftsmen actively participate in these activities. The results of this activity indicate that there has been an increase in people's knowledge and skills in utilizing social media. This can be seen from the craftsman's ability to use social media to offer gedek products through social media.*

**Keywords:** *Kondamara village, KKN, Social media, Online marketing*

**Abstrak.** . Kegiatan PkM yang dilaksanakan dalam bentuk KKN bertujuan untuk memberikan pelatihan cara memanfaatkan media sosial dalam menawarkan produk para pengrajin gedek di Desa Kondamara, Kecamatan Lewa, Kabupaten Sumba Timur. Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pengrajin gedek dalam memanfaatkan jejaring sosial untuk menjual barang secara online. Kegiatan PkM ini dilaksanakan pada bulan Juli 2022 yang bertempat di rumah salah satu pengrajin di desa tersebut. Beberapa metode yang digunakan dalam kegiatan PkM ini adalah: 1) Metode observasi dan wawancara untuk melihat potensi desa dan kendala yang dihadapi oleh para pengrajin gedek; 2) Metode ceramah untuk menjelaskan pengertian media sosial serta manfaat media sosial bagi kegiatan pemasaran online; 3) Metode demonstrasi digunakan saat mendampingi para pengrajin dalam membuat akun media sosial; 4) Metode diskusi untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh para pengrajin dalam pelatihan tersebut. Hasil dari kegiatan ini adalah kegiatan pelatihan dapat dilaksanakan dengan baik dan para pengrajin gedek berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan tersebut. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan media sosial mengalami peningkatan. Hal ini terlihat dari kemampuan pengrajin dalam menggunakan media sosial untuk menawarkan produk gedek melalui media sosial.

**Kata Kunci:** *Desa Kondamara, KKN, Media sosial, Pemasaran online*

**How to Cite:** Ndakularak, I. L., Randjawali, E., Sanit, I. N., Eko, Y. S., Taunu, E. S. H., Kelen, L. H. S., Meha, Y. K., Ndapa, A. U., Hambati, Y. D., Suryani, D. C., Leki, S. T., Kilimandu, A. T. P., Landa, R. K., Retang, N. T., Selitara, U. Y., & Ama, S. T. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Wirausaha Gedek guna Meningkatkan Ekonomi Masyarakat di Desa Kondamara Kabupaten Sumba Timur. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 466-473. <https://doi.org/10.37478/abdika.v2i4.2253>



Copyright (c) 2022 Iona Lisa Ndakularak, Erwin Randjawali, Irna N. Sanit, Yuliana S. Eko, Elsy Senides Hana Taunu, Lusianus H. Sinyo Kelen, Yubinanto Konda Meha, Apliana Umbu Ndapa, Yeni Day Hambati, Dewi Candrawati Suryani, Santri Taba Leki, Alfondro T.P Kilimandu, Rolan Katanga Landa, Nikodemus Tungga Retang, Umbu Yiama Selitara, Stepanus Tamu Ama. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

### **Pendahuluan**

Salah satu mata kuliah yang wajib diambil oleh mahasiswa di Universitas Kristen Wira Wacana Sumba adalah Kuliah Kerja Nyata (KKN). Melalui matakuliah ini, mahasiswa melaksanakan kegiatan Pengabdian

kepada Masyarakat (PkM). Pada Tahun 2022 Unkriswina Sumba menyelenggarakan kegiatan KKN dengan tema KKN Tematik Desa Wirausaha Terintegrasi. Tujuan pelaksanaan mata kuliah KKN adalah agar mahasiswa dapat mengimplementasikan pengetahuan maupun keterampilan yang telah diperoleh. Hal ini juga dilakukan mahasiswa dari kampus lainnya. dengan demikian ide para mahasiswa dapat bermanfaat bagi masyarakat (Sholeh, 2021). Dengan didampingi oleh Dosen Pendamping Lapangan (DPL), dapat membantu menyelesaikan masalah yang terdapat di tengah masyarakat di Pulau Sumba. Salah satu masalah yang ditemui adalah kurangnya keterampilan masyarakat dalam memasarkan produk secara digital (Nugrahaningsih dkk., 2021). Permasalahan ini juga ditemui di Desa Kondamara.

Desa Kondara berada di Kecamatan Lewa, Kabupaten Sumba Timur, Provinsi Nusa Tenggara. Desa ini dipilih sebagai salah satu tempat pelaksanaan KKN pada tahun 2022. Hal ini didasarkan pada hasil analisis situasi melalui observasi yang dilakukan oleh mahasiswa pada tanggal 2 hingga 6 Juli 2022 sebelum melakukan praktik di lapangan. Dari hasil observasi tersebut diperoleh informasi bahwa Desa Kondara memiliki potensi alam berupa tanaman bambu yang memadai yang dimanfaatkan oleh warga untuk membuat gedek. Usaha gedek dipilih oleh masyarakat tersebut karena masih terdapat banyak warga yang memilih menggunakan gedek sebagai dinding rumah. Akan tetapi, masih banyak masyarakat di Pulau Sumba khususnya di Kabupaten Sumba Timur yang belum mengetahui di desa tersebut menghasilkan gedek yang berkualitas. Hal ini dikarenakan, kurangnya pengetahuan para pengrajin di desa tersebut untuk mempromosikan gedek ke luar desa. Cara warga dalam memasarkan gedek masih dilakukan secara konvensional yakni dari rumah ke rumah (door to door). Selain itu, beberapa pengrajin juga masih melakukan penjualan dengan sistem barter misalnya gedek dipertukarkan dengan beras. Para pengrajin di desa tersebut belum menyesuaikan cara penjualan yang berkembang saat ini. Oleh karena itu, penjualan yang dilakukan oleh warga belum maksimal, dan tentunya belum meningkatkan perekonomian masing-masing pengrajin.

Bentuk pemasaran yang eksis di saat ini adalah pemasaran secara online melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial seperti Instagram dapat meningkatkan hasil penjualan. Media sosial dipandang efektif untuk menawarkan produk melalui penjualan internet (internet marketing) (Untari & Fajariana, 2018). Selain itu, konsumen dapat bertransaksi dengan mudah pada saat melaksanakan social distancing melalui strategi pemasaran online (Cahya dkk., 2021). Adapun media sosial yang paling sering digunakan oleh para pengrajin adalah Facebook. Namun, para pengrajin gedek tidak memanfaatkan fitur marketplace yang terdapat di Facebook. Akan tetapi, para pengrajin di Desa Kondamara belum memanfaatkan media sosial Facebook dengan optimal untuk memasarkan produk gedek yang dihasilkan. Hal ini dikarenakan masyarakat belum memiliki pengetahuan maupun keterampilan secara memadai untuk menggunakan media sosial dalam menawarkan produk. Dengan demikian, diperlukan sebuah upaya untuk meningkatkan

pengetahuan dan keterampilan para pengrajin tersebut dalam memasarkan produk ke pasar melalui media sosial.

Upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait pemasaran dengan menggunakan media sosial dapat dilakukan melalui pelatihan. Kegiatan PkM serupa pernah dilakukan oleh pelaksana PkM bagi mitra binaan di Tangerang Selatan. Pelatihan penggunaan media sosial tersebut menghasilkan terjadinya kenaikan akses pengguna kepada mitra binaan. Hal tersebut diperlihatkan melalui peningkatan pesanan serta omset mitra tersebut (Nur & Wijayanti, 2020). Dengan demikian, perlu dilakukan kegiatan pelatihan bagi para pengrajin gedek yang terdapat di Desa Kondamara.

Adapun tujuan dari kegiatan PkM ini adalah memberikan pelatihan penggunaan media sosial untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengrajin gedek di Desa Kondamara. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat terjadi peningkatan omset penjualan para pengrajin, sehingga dapat meningkatkan perekonomian warga masyarakat di desa tersebut.

### **Metode Pelaksanaan**

Tahapan pertama yang dilakukan untuk melaksanakan program ini yaitu dengan cara pertama-tama membicarakan rencana program Tim PkM dengan Bapak Kepala desa Kondamara pada tanggal 2 Juli 2022. Setelahnya, Tim PkM menyampaikan ide yang akan diimplementasikan untuk meningkatkan perekonomian khususnya di Desa Kondamara. Tim PkM juga melaksanakan sosialisasi dari rumah ke rumah, dan kemudian berkoordinasi dengan Kepala Dusun IV pada tanggal 4 Juli. Pada saat kunjungan tersebut Tim PkM menyampaikan ide yang serupa, yakni mengenai rencana program kerja KKN guna meningkatkan perekonomian di Desa Kondamara, Kecamatan Lewa, Kabupaten Sumba Timur.



**Gambar 1.** Pertemuan Tim PkM dengan para Kepala Dusun

Tahapan selanjutnya yang dilakukan oleh Tim PkM adalah melakukan wawancara dengan para pengrajin gedek pada tanggal 6 Juli 2022. Tim PkM menanyakan kepada pengrajin gedek terkait hal-hal yang menjadi kendala atau permasalahan. Hal ini menjadi dasar bagi Tim PkM sebelum memulai program kerja yang harus dilakukan guna meningkatkan perekonomian para pengrajin tersebut. Berdasarkan hal tersebut, Tim PkM memperoleh informasi bahwa para pengrajin masalah terkait tempat untuk memasarkan gedek yang

telah diproduksi. Menurut para pengrajin tersebut, biaya untuk menyewa lapak atau ruko memerlukan biaya yang cukup besar. Penjualan gedek di pasar pun hanya dapat dilakukan satu kali dalam seminggu. Hal ini dikarenakan pasar yang ada di daerah tersebut hanya beroperasi setiap hari Selasa saja di setiap minggunya. Berdasarkan hal tersebut, Tim PkM merencanakan sebuah program untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, yakni pemasaran produk secara online dengan menggunakan media sosial. Ide ini didukung oleh fasilitas yang dimiliki oleh para pengrajin tersebut, yakni tersedianya *smartphone* di setiap keluarga pengrajin tersebut. *Smartphone* tersebut digunakan oleh anak para pengrajin untuk belajar maupun bermedia sosial, dengan media sosial yang digunakan adalah Facebook. Akan tetapi, *smartphone* yang tidak dipergunakan untuk menawarkan gedek. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan dan keterampilan para pengrajin tersebut untuk memanfaatkan fitur Marketplace yang disediakan Facebook untuk menawarkan produk.



**Gambar 2.** Tim PkM berkunjung ke para pengrajin gedek

Tahapan selanjutnya adalah Tim PkM merumuskan program berdasarkan hasil wawancara dengan pemerintah desa maupun para pengrajin gedek. Program yang dilaksanakan adalah pelatihan cara menggunakan media sosial untuk meningkatkan pengetahuan dan para pengrajin dalam menggunakan media sosial. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada tanggal 27-30 Juli 2022, bertempat di rumah salah seorang pengrajin di Desa Kondamara.

Pelaksanaan sosialisasi cara menggunakan media sosial untuk memasarkan gedek dilakukan dengan beberapa metode, seperti:

1. Metode observasi dan wawancara digunakan oleh Tim PkM untuk mengetahui potensi desa serta kendala yang dihadapi oleh para pengrajin gedek di desa tersebut.
2. Metode ceramah digunakan oleh Tim PkM untuk menjelaskan tentang fitur *marketplace* serta manfaatnya kepada para pengrajin. Selain itu, Tim juga menjelaskan terkait pentingnya menggunakan media sosial di abad 21.
3. Metode demonstrasi digunakan oleh Tim PkM untuk mengenalkan cara membuat akun *Facebook*, serta cara menggunakan fitur *marketplace* yang



terdapat di *Facebook* untuk menawarkan produk.

4. Metode diskusi dilakukan oleh Tim PkM untuk berdiskusi dengan para pengrajin gedek. Tim PkM menjawab pertanyaan yang diberikan oleh para pengrajin.

### Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan sebanyak 4 (empat) kali pertemuan yang dapat dideskripsikan sebagai berikut. Pada pertemuan pertama, Tim PkM menyampaikan materi dengan menggunakan metode ceramah. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27 Juli 2022. Dalam pertemuan tersebut, Tim PkM menjelaskan kepada para pengrajin terkait pengertian media sosial, manfaat menggunakan media sosial, serta kekurangan dalam bermedia sosial. Pemanfaatan media sosial seperti *Facebook* dalam memasarkan produk memiliki beberapa keuntungan seperti: 1) Tersedianya beberapa kolom informasi misalnya usia, lokasi, kegiatan, maupun informasi lainnya yang diperlukan dalam menetapkan segmentasi pasar dalam kegiatan pemasaran; 2) Target pasar dapat disaring dengan lebih tepat sesuai dengan informasi yang diberikan pengguna; 3) Media sosial dapat diakses baik melalui handphone maupun komputer; 4) Facebook menyediakan fitur *message*, *chat*, dan lain-lain, sehingga memudahkan komunikasi; 5) Saran dan kritik dapat disampaikan saat itu juga melalui facebook, sehingga tidak merepotkan pengguna; 6) Facebook dapat digunakan secara gratis; 7) Facebook merupakan salah satu penyebab *New Wave Marketing* (Muttaqin, 2011). Penggunaan media sosial tersebut dapat mengenalkan produk kepada lebih banyak konsumen yang pada akhirnya dapat membuat usaha semakin berkembang. Karena promosi tersebut dilakukan melalui media sosial, maka terjadi penghematan anggaran. Dengan demikian, anggaran tersebut dapat dipergunakan untuk meningkatkan produksi (Arifah, 2015).

Selanjutnya pada pertemuan kedua, Tim PkM menjelaskan cara membuat akun media sosial Facebook, serta menjelaskan cara menggunakannya pada tanggal 28 Juli 2022.



**Gambar 3.** Tim PkM bersama para pengrajin gedek dalam kegiatan sosialisasi

Pada tahap ketiga, Tim PkM mendampingi para pengrajin gedek dalam membuat akun *Facebook* pada tanggal 29 Juli 2022. Seperti telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa meskipun di keluarga pengrajin terdapat *smartphone*, namun *smartphone* tersebut digunakan oleh anak-anak para pengrajin. Sehingga, para pengrajin tersebut belajar membuat akun *Facebook*

dengan menggunakan *smartphone* milik Tim PkM. Hal inilah yang mendasari pemilihan *Facebook* sebagai media sosial sebagai media untuk mempromosikan gedek para pengrajin. *Facebook* tidak hanya dapat dipergunakan sebagai alat untuk membuat relasi pertemanan, akan tetapi juga ampuh untuk digunakan dalam mempromosikan produk maupun jasa (Hidayat dkk., 2017). Selain aplikasi ini familiar bagi para pengrajin tersebut, aplikasi ini juga dapat diakses dari *smartphone* yang berbeda melalui browser.



**Gambar 4.** Tim PkM mendampingi para pengrajin dalam membuat akun media sosial

Pada pertemuan keempat, Tim PkM melakukan monitoring pemanfaatan media sosial para pengrajin dalam menawarkan produk. Dari tahap monitoring ini, Tim PkM memperoleh informasi bahwa terdapat pengrajin yang telah berhasil menggunakan *Facebook* untuk menawarkan produk gedek. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan pemahaman dan keterampilan para pengrajin gedek dalam menawarkan produk melalui media sosial. Hal ini tentunya memberikan manfaat positif bagi para pengrajin yang sebelumnya hanya memasarkan gedek kepada para tetangga maupun kenalan. Hasil PkM serupa sebelumnya yakni penerapan *Facebook Marketplace* menyatakan bahwa pelaku UMKM dimudahkan dalam kegiatan pemasaran produk. Para pelaku UMKM pun dapat melaksanakan kegiatan penjualan dimana saja dan kapan saja, sehingga dapat menambah jumlah penjualan (Susanto dkk., 2020).

Dalam pelaksanaan kegiatan ini ditemukan beberapa kendala seperti: (1) Tidak semua pengrajin gedek di desa tersebut memiliki *smartphone*, serta beberapa *handphone* yang dimiliki oleh para pengrajin tidak mendukung untuk dilakukannya penjualan gedek secara online. Meskipun demikian, hal ini masih dapat diantisipasi dengan menggunakan *smartphone* milik anak-anak para pengrajin. Dengan demikian, anak-anak para pengrajin dapat mendukung orangtua dalam menjalankan bisnis keluarga; (2) Biaya pembelian paket data internet masih dipandang mahal oleh para pengrajin; (3) Akses jaringan internet di daerah tersebut belum begitu baik. Sehingga ditindaklanjuti dengan berpindah ke tempat yang memiliki akses internet yang lebih baik.



**Gambar 4.** Foto kegiatan hari terakhir sosialisasi manfaat media sosial di tempat pengrajin gedek

### **Simpulan dan Tindak Lanjut**

Pelatihan tentang cara menggunakan media sosial untuk menawarkan produk bagi para pengrajin gedek telah dilaksanakan dengan baik. Pelatihan ini telah meningkatkan pemahaman serta keterampilan para pengrajin di desa tersebut dalam memanfaatkan fitur marketplace yang ada di Facebook dalam menawarkan gedek. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi seperti: handphone para pengrajin tidak mendukung penjualan secara online, keterbatasan akses jaringan internet di daerah tersebut, serta harga paket data internet dipandang mahal oleh para pengrajin tersebut.

### **Ucapan Terima Kasih**

Tim PkM mengucapkan terima kasih kepada LPPM Unkriswina Sumba yang telah mendanai kegiatan ini. Tim juga mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Kondamara beserta para warga yang berpartisipasi dalam menyukseskan kegiatan PkM ini.

### **Daftar Pustaka**

- Arifah, F. N. (2015). Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing dalam Bisnis Online. *Jurnal TRANSFORMASI*, 11(2), 143–149.  
<https://ejournal.stmikbinapatria.ac.id/index.php/JT/article/view/57/32>
- Cahya, A. D., Aqdella, F. A., & Jannah, A. Z. (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3).  
<https://www.ojspustek.org/index.php/SJR/article/view/329/266>
- Hidayat, S., Suryantoro, H., & Wiratama, J. (2017). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal SIMETRIS*, 8(2), 415–420.
- Muttaqin, Z. (2011). Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *Teknologi*, 1(2), 103–110.  
<http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/teknologi/article/view/63/52>
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., & Asrihapsari, A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital pada BUMDes Blulukan Gemilang. *Kumawula: Jurnal*

*Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8–14. DOI:  
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>

- Nur, N., & Wijayanti, L. L. (2020). Pendampingan Usaha Mikro Yang Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Produk. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2020, Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1–6.  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/8016/4791>
- Sholeh, H. A. (2021). *Kuliah Kerja Nyata dari Rumah Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (KKN-DR Sisdamas) Masa Wabah Covid-19*. LP2M UIN SGD Bandung.
- Susanto, A., Sari, C. A., Moses, D. R. I., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku*, 3(1), 42–51.  
<http://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/jurnalabdimasku/article/view/64/45>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387/2658>