

Digital Marketing untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial

Ariawan Aryapranata¹, Husen Hutagalung²

¹ Program Studi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

¹ariawan.aryapranata@stptrisakti.ac.id

² Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Jl. IKPN Bintaro No.1, Bintaro, Pesanggrahan, Jakarta, Indonesia

²husen@stptrisakti.ac.id

Intisari— Keindahan motif, keunikan cara pengerjaan, dan kualitas yang bagus membuat Kerawang atau Karawo bernilai sangat tinggi. Kewirausahaan sosial dapat memberikan dampak positif dan memberikan solusi sebagai langkah untuk memajukan Indonesia. Pemasaran digital merupakan bentuk dari kegiatan promosi menggunakan platform digital yang digunakan untuk menyebarkan informasi kepada konsumen. Penggunaan berbagai platform digital untuk memasarkan dinilai efektif karena mampu menyebarkan konten yang dapat memberikan gambaran tentang produk usaha dan memiliki kemasan konten yang menarik karena terdiri dari beragam format baik teks, foto maupun video.

Kata kunci— Kewirausahaan Sosial, Karawo, Pemasaran Digital, Platform Digital.

Abstract— The beauty of the motif, good quality and uniqueness of the way of workmanship, make Kerawang or Karawo very high value. Social entrepreneurship can have a positive impact and provide solutions as a step to advance in Indonesia. Digital marketing is a form of promotional activities using digital platforms that are used to disseminate information to consumers. The use of various digital platforms for marketing can provide an overview of business products, various formats, both text, photos and videos can create interesting content.

Keywords— Social Entrepreneurship, Karawo, Digital Marketing, Digital Platform.

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan sosial telah menjadi perhatian publik selama dua dekade terakhir. Kewirausahaan sosial atau Social Entrepreneurship merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kewirausahaan, meskipun kewirausahaan sosial menekankan pada tujuan yang lebih mulia, seperti menanggulangi masalah kemiskinan. Kewirausahaan sosial dapat memberikan dampak positif dan memberikan solusi sebagai langkah untuk memajukan Indonesia. Tidak semata menyelesaikan persoalan ekonomi, kewirausahaan sosial juga sekaligus menyelesaikan berbagai permasalahan sosial di tanah air [1].

Pemberdayaan masyarakat dari sektor usaha kecil saat ini sedang digiatkan oleh pemerintah dalam rangka memberdayakan masyarakat yang telah memiliki usaha kecil agar dapat meningkatkan taraf hidup. Berdasarkan kegiatan ini Kementerian sosial dalam mendukung dan mempercepat kegiatan tersebut, maka kementerian menjalankan Program Kewirausahaan Sosial (PROKUS) yang langsung di arahkan di beberapa wilayah di Indonesia khususnya yang telah memiliki produk local seperti hasil pertanian, hasil perkebunan, hasil laut dan hasil ekonomi kreatif lainnya. Dengan pengembangan inkubasi bisnis supaya terarah dan tepat sasaran, maka kegiatan ini Kementerian sosial bekerja sama dengan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti sebagai pendamping program ini diharapkan masyarakat setempat dapat mengembangkan dari segi produk, kemasan, pemasaran.

II. BACKGROUNG/LATAR BELAKANG

Social Enterprise (SE) di Indonesia juga dikenal memiliki empat corak utama, yaitu (1) *Community Based Social Enterprise* (CBSE) yang didirikan berdasarkan kebutuhan komunitas yang memiliki kesamaan masalah, kondisi, minat (*community of interest*) atau kebutuhan masyarakat lokal yang tinggal di lokasi geografis yang sama. Oleh karena itu, di CBSE, konsumen adalah beneficiaries atau penerima manfaat karena kegiatannya bersifat pemberdayaan diri sendiri secara berkelompok (*self-empowerment*). (2) *Not-for-profit Social Enterprise* (NFPSE) yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat atau *people empowerment* dalam ruang lingkup yang lebih luas. Jadi, individu penerima manfaat adalah orang yang berbeda dengan individu konsumen (*beneficiaries ≠ consumers*). (3) *Hybrid Social Enterprise* (HSE) ini pada umumnya memiliki target yang berorientasi kesinambungan dan pengembangan (*sustainable development*). Sumber dana cenderung seimbang antara dana sosial, semikomersial, dan bahkan komersial. (4) *Profit for Benefit Social Enterprise* (PFBSE), yang memiliki target organisasi paling luas karena selain menargetkan *continuity* dan *development*, PFBSE juga menargetkan pertumbuhan skala atau unit bisnisnya (*growth*). Sifatnya sepenuhnya mandiri dan menghilangkan ketergantungan terhadap individu atau lembaga penyandang dana [1].

Kerawang berasal dari kata “Karawo” yang mempunyai arti sulaman dengan tangan. Kerawang merupakan penyebutan

yang lazim dikenal oleh orang-orang di luar Gorontalo. Penduduk Gorontalo sendiri lebih mengenal Kerawang dengan nama Karawo.

Karawo lahir dari proses panjang yang merupakan buah dari ketekunan para pengrajin. Seni membuat Kerawang atau Karawo disebut "Makarawo". Seni ini telah diturunkan dari generasi ke generasi sejak masa Kerajaan Gorontalo masih berjaya.

Keindahan motif, keunikan cara pengerjaan, dan kualitas yang bagus membuat Kerawang atau Karawo bernilai sangat tinggi. Maka tak mengherankan jika keunikan dan kualitas tersebut diminati oleh banyak kalangan, baik dari dalam maupun luar negeri. Produksi Kain Kerawang atau Karawo sempat mati suri. Tak banyak pengrajin yang menekuni dunia ini karena kerumitan yang menyita banyak energi, waktu, dan ketekunan. Oleh karena itu, pemerintah melakukan berbagai cara untuk membuat kerajinan ini dapat terus lestari dan semakin populer, baik di dalam maupun luar negeri. Kain Kerawang atau Karawo juga telah dikembangkan menjadi olahan berbagai produk kerajinan, antara lain kipas bermotif bunga, ikan, dan corak-corak lokal; kopiah dengan bordir Kerawang atau Karawo dengan beragam corak; jilbab, taplak meja, dasi, saputangan, mukena, dompet, tatakan gelas, dan lain sebagainya. Kain Kerawang atau Karawo telah dijadikan sebagai souvenir khas Gorontalo. Ragam yang melimpah dengan motif yang bervariasi membuat pilihan akan produk kerajinan tangan khas Gorontalo ini semakin banyak.

Kegiatan Program Kewirausahaan Sosial (PROKUS) bermaksud untuk lebih mengembangkan produk yang ada yang banyak dihasilkan di Sentra pengrajin Kain Kerawang. Dengan kegiatan ini diharapkan adanya peningkatan dari segi difersifikasi produk, jaringan pemasaran yang luas serta akan menambah keluarga penerima manfaat (KPM) yang ada Kabupaten Gorontalo. Sentra pengrajin Kain Kerawang atau Karawo juga akan dilibatkan dalam kegiatan Pembinaan dan Pelatihan dalam proses Inkubasi Bisnis bersama dengan Keluarga Penerima Manfaat.

Tujuan dari kegiatan pengembangan program kewirausahaan sosial ini bertujuan sebagai berikut:

- a. Melakukan pemetaan produk awal yang telah diupayakan dan dipasarkan oleh masyarakat Sentra pengrajin Kain Kerawang/ Karawo berlokasi di Kabupaten Gorontalo.
- b. Melakukan bimbingan dan pelatihan dalam rangka peningkatan kapasitas masyarakat dalam hal pengelolaan produk pengrajin kain karawo.
- c. Memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam hal pengelolaan usaha serta manajemen keuangan.
- d. Meningkatkan keterampilan dalam hal pemasaran dan perluasan jaringan pemasaran produk.

Sasaran dari program program kewirausahaan sosial (PROKUS) ini adalah sebagai berikutnya:

1. Terkumpulnya data produk pengrajin kain kerawang/ karawo yang telah dihasilkan masyarakat.
2. Terkumpulnya data Keluarga Penerima Manfaat (KPM) yang ada di Kabupaten Gorontalo.

3. Terkumpulnya data jaringan pemasaran yang dapat digunakan.
4. Terdatanya jumlah maksimal kapasitas produksi yang dapat dihasilkan.
5. Pembentukan wadah/ kelompok pengrajin kain Kerawang/ Karawo.

Pemasaran Digital merupakan bentuk dari kegiatan promosi, kegiatan promosi ini merupakan kegiatan yang digunakan untuk menyebarkan informasi untuk disebar dan ditujukan kepada konsumen.

Penggunaan berbagai platform digital seperti Website, dan social media seperti : Facebook dan Instagram untuk memasarkan dinilai efektif karena mampu menyebarkan konten yang cukup memberikan gambaran tentang produk usaha dan memiliki kemasan konten yang menarik karena terdiri dari beragam format baik teks, foto maupun video.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode eksperimental, pengumpulan data dengan cara survei, pengamatan, wawancara. Metode ekperimental ini ingin melihat efektivitas program yang akan diterapkan.

Eksperimen kualitatif adalah intervensi dalam situasi sosial/psikologis untuk tujuan eksplorasi. Eksperimen kualitatif bersifat eksploratif dan heuristik. Ini didasarkan pada strategi yang saling terkait dari "eksperimen" dan "pengamatan" yang meningkatkan pembelajaran dan pemahaman.[2]

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan survey yang dilakukan yaitu mengunjungi lokasi kegiatan Program Kewirausahaan Sosial (PROKUS) kerajinan kain karawo di Desa Tabongo Barat Kabupaten Gorontalo.

Profil Singkat Desa Tabongo Barat : Desa Tabongo Barat merupakan salah satu Desa dari 9 Desa yang berada di kecamatan Tabongo yang berdasarkan letak geografis berada disebelah Barat Ibu Kota Kecamatan dengan luas 900 Ha. Dengan Kondisi Tofografi alam Desa Tabongo Barat merupakan dataran Rendah, Kondisi Iklim di Desa Tabongo Barat, sebagaimana di Desa-desa lain mempunyai iklim kemarau dan penghujan.

Tabel I
Batas Wilayah Desa Tabongo Barat

BATAS	WILAYAH
SEBELAH UTARA	DESA MOAHUDU DAN LIMEHE BARAT
SEBELAH TIMUR	DESA TABONGO TIMUR
SEBELAH SELATAN	DESA MOTINELO
SEBELAH BARAT	KEC. DUNGALIYO

Untuk jumlah penduduk yang berada di Tabongo barat berdasarkan dusun beserta jenis kelamin yaitu seperti pada tabel berikut :

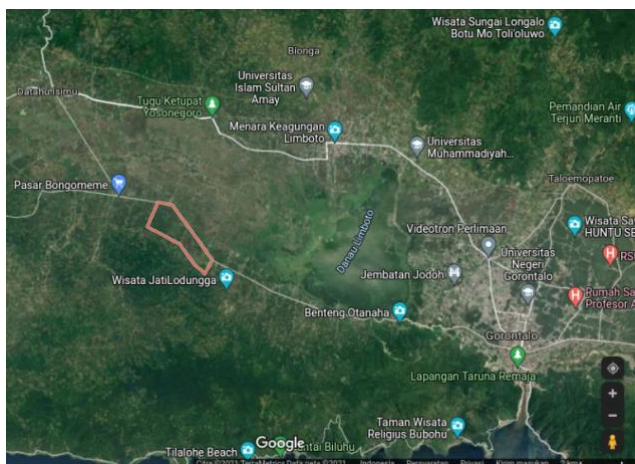
Tabel II
 Jumlah Kepala Keluarga menurut Dusun

NO	NAMA DUSUN	JUMLAH KK
1	DUSUN OLUMONGO BARAT	152
2	DUSUN OLUMONGO TIMUR	164
3	DUSUN LANGGILO	141
4	DUSUN TILADU	85
5	DUSUN TALAPANGI	148
JUMLAH		690

Tabel III
 Jumlah Penduduk menurut Jenis Kelamin

NO	NAMA DUSUN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	DUSUN OLUMONGO BARAT	249	258	507
2	DUSUN OLUMONGO TIMUR	273	255	528
3	DUSUN LANGGILO	238	217	455
4	DUSUN TILADU	130	136	266
5	DUSUN TALAPANGI	233	223	456
JUMLAH		1.123	1.089	2.212

Berikut adalah peta geografis Desa Tabongo barat Kabupaten Gorontalo, sumber : Google Maps.



Gambar 1. Peta Desa Tabongo Barat

Pada tahap selanjutnya melakukan wawancara dengan perangkat desa di kantor Desa Tabongo Barat.



Gambar 2. Wawancara dengan Kepala Desa

Wawancara dilakukan di kantor desa untuk memverifikasi data-data Keluarga Penerima Manfaat (KPM) yang akan dilakukan pelatihan serta mentoring bisnis kerajinan kain karawo. Didapat sebanyak 20 Keluarga Penerima Manfaat.

Pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan di Desa Tabongo Barat dengan melibatkan para penggerak seperti Keluarga Penerima Manfaat (KPM) dan perangkat desa. Penyuluhan dilakukan dengan tatap muka seperti pengenalan kembali tentang produk Karawo, pemasaran dan jaringan, tata kelola dan manajemen Karawo.

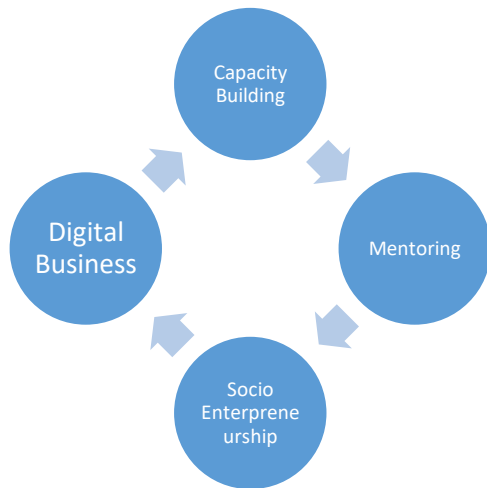
Konsep Bisnis

Konsep bisnis yang dilakukan adalah bentuk usaha Karawo dengan melibatkan Keluarga Penerima Manfaat. Penguatan Kapasitas Masyarakat (Keluarga Penerima Manfaat) diberikan rasa percaya diri dan bangga memiliki budaya kerajinan Karawo yang punya nilai seni tinggi dan memiliki potensi pasar yang luas.

Strategi Penguatan Kapasitas Menurut Rangkuti (2008) strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan demikian strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam jangka waktu panjang, penentuan program tindak lanjut dan kebijakan pemilihan prioritas alokasi sumber daya untuk mencapai keunggulan bersaing. Yang dimaksud dengan tujuan adalah hasil akhir yang ingin dicapai yakni berupa pernyataan tentang kualitas dan kuantitas. Sedangkan yang dimaksud dengan misi adalah pernyataan yang menyebutkan alasan mengapa harus ada dan apa yang akan dikerjakan. Dalam menyusun strategi dibutuhkan perencanaan yang komprehensif yang lebih dikenal dengan sebutan perencanaan strategis (strategy planning).

lain bungkus produk dapat dijadikan ajang promosi dengan penampilan yang menarik untuk meningkatkan *brand awareness*.

Pemasaran produk merupakan bagian penting dari sebuah kelangsungan bisnis. Kemasan dari produk yang menarik dapat menjadi nilai tambah bisnis kamu lebih baik dibandingkan kompetitor.[3]



Gambar 3. Program Kewirausahaan Sosial



Gambar 4. Kegiatan Bimtek di Desa Tabongo Barat

Mentoring dilakukan sebagai sarana pendampingan kepada Keluarga Penerima Manfaat (KPM) di Desa Tabongo Barat, setelah KPM menerima bimbingan teknis. Usaha produksi Karawo dengan skala rumah tangga yang dilakukan oleh KPM didampingi mentor dengan membuat perencanaan bisnis yang sederhana. Produk Karawo ini rencananya akan dipasarkan ke pasar pusat kota Gorontalo.



Gambar 5. Mentoring Pembuatan Karawo

Kemasan adalah wadah, pembungkus, atau penampung untuk melindungi produk atau barang dari kerusakan. Fungsi



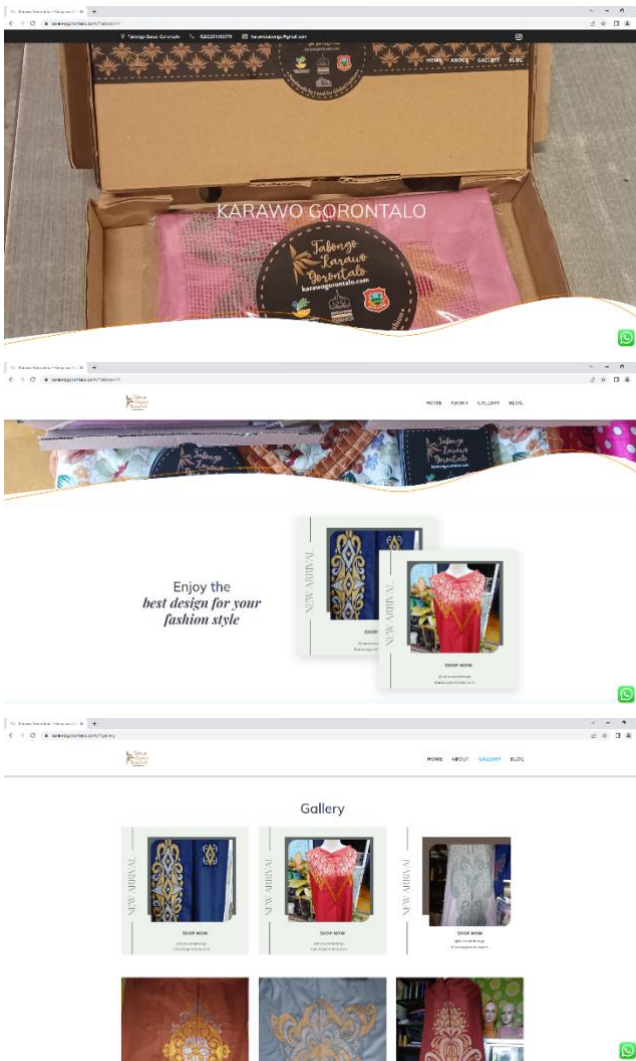
Gambar 6. Kemasan Karawo



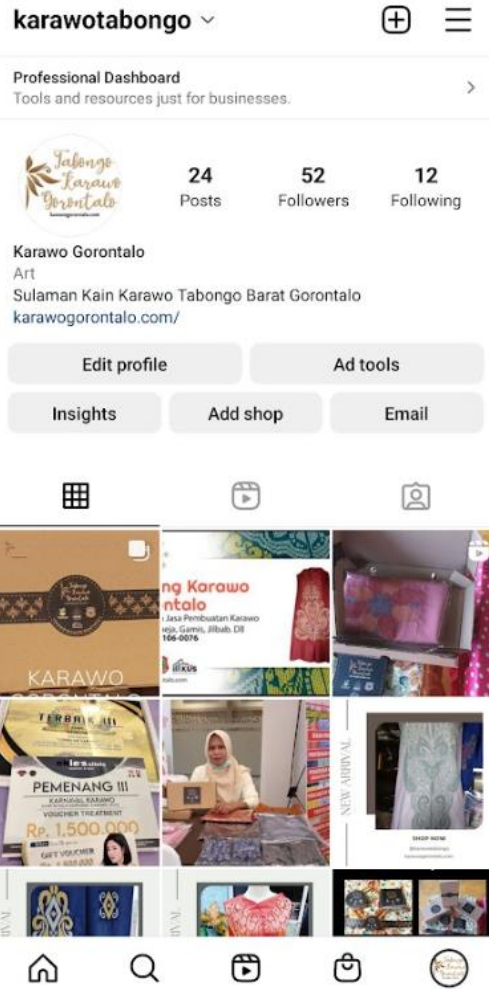
Gambar 7. Logo Usaha Karawo

Produk ini didukung dengan pemasaran dengan menggunakan platform digital seperti menggunakan media sosial Instagram dan pengembangan website untuk mempromosikan skala nasional maupun internasional.

Strategi Marketing yang dilakukan untuk memasarkan hasil produk Karawo diantaranya dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan pembuatan Website karawogorontalo.com dan [Instagram.com/karawotabongo](https://www.instagram.com/karawotabongo).



Gambar 8. Website karawogorontalo.com



Gambar 9. Sosial Media Instagram Karawo

Dilakukan survey ke pasar pusat kota untuk peninjauan kerja sama dengan para pedagang penjual karawo, salah satunya pedagang di pasar besar kota Gorontalo.



Gambar 10. Kerjasama ke Pedagang Pasar Pusat Kota Gorontalo

V. KESIMPULAN

Peningkatan kapasitas masyarakat khususnya Keluarga Penerima Manfaat dapat termotivasi untuk melestarikan kebudayaan sulam kain karawo, dan menghasilkan produk-produk yang menjadi suatu kerajinan seni yang memiliki nilai ekonomi untuk dapat mensejahterakan Keluarga Penerima Manfaat di Desa Tabongo Barat Kabupaten Gorontalo.

Bimbingan Teknis dan Inkubasi mentoring bisnis serta dukungan platform digital memberikan manfaat yang baik bagi pengelolaan usaha kerajinan Karawo dan Platform digital juga dapat memperluas pemasaran dalam skala nasional maupun internasional guna *sustainability* program kewirausahaan sosial Karawo di Desa Tabongo Barat Kabupaten Gorontalo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih Kepada Pengelola Jurnal Esensi Komputasi Institut Bisnis Nusantara, yang telah memberikan kesempatan dalam publikasi jurnal ini, Harapan jurnal ini dapat memberikan pengetahuan dan manfaat. Terima kasih.

REFERENSI

- [1] DBS Group Research, <https://www.dbs.id/id/sme-id/businessclass/articles/money/mengenal-kewirausahaan-sosial-lebih-dalam>
- [2] N. Steils, “*Qualitative Experiments for Social Sciences*”, IAE Lille, University of Lille, Lille Economy and Management, France, 2021.
- [3] Devani Adinda Putri. Kemasan Produk: Fungsi, Jenis, Tips, dan Manfaat untuk Bisnis. <https://www.tokotalk.com/blog/kemasan-produk>