

TEKNIK PROMOSI COPYWRITING BAGI PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DESA PENGKOK GUNUNG KIDUL

Nurchayani Dewi Retnowati^{*1}, Dwi Nugraheny², Abdul Haris Subarjo³,

Buyung Junaidin⁴

^{1,2,3,4} Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto; Jl. Janti Blok R Adisucipto Banguntapan

Bantul Yogyakarta

e-mail co Author: ^{*1}nurchayanidr@itda.ac.id

ABSTRAK

Pariwisata dan ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang terdampak oleh pandemi Covid-19. Pelaku-pelaku yang adaptif dan melakukan transformasi digital bisa bertahan sampai saat ini. Oleh karena itu sangat diperlukan adanya suatu penjelasan dan pelatihan yang dapat membantu para pelaku usaha ekonomi kreatif tentang promosi produk secara online, khususnya dengan menggunakan teknik copywriting. Teknik copywriting merupakan suatu teknik berupa tulisan di media apapun yang mempunyai tujuan untuk mempromosikan produk usaha. Dengan memanfaatkan penggunaan teknik copywriting tersebut dapat meningkatkan skill pelaku usaha ekonomi kreatif Desa Pengkok Gunung Kidul dalam membuat promosi online dan juga dapat meningkatkan pendapatan usaha. Hasil evaluasi pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa sebanyak 12 peserta pengabdian masyarakat sudah memahami tentang pemasaran online dan akan menerapkan pemasaran online dengan menggunakan teknik copywriting sehingga dapat menarik calon konsumen.

Kata Kunci : *copywriting, promosi online, ekonomi kreatif, transformasi digital*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan industri yang memanfaatkan kreativitas dan keterampilan yang dapat menghasilkan suatu produk atau hasil cipta yang kreatif. Industri ekonomi kreatif juga telah mendapatkan dukungan dari pemerintah (Daulay, 2018). Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) terus berupaya membuat industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bisa bertahan melewati pandemi. Hal ini dikarenakan ekonomi kreatif sebelumnya telah dapat meningkatkan ketahanan ekonomi nasional dengan adanya penyediaan lapangan pekerjaan, maupun produk-produk kreatif yang dihasilkan (Marlinah, 2017). Kondisi pandemi yang terjadi menuntut pelaku ekonomi kreatif untuk beradaptasi dan melakukan transformasi digital. Berkaitan dengan hal tersebut, diperlukan adanya peningkatan *skill* promosi dengan menggunakan platform digital dan salah satunya adalah penggunaan teknik *copywriting* (Covid-19, 2020).

Teknik *copywriting* merupakan suatu teknik tentang bagaimana memengaruhi perilaku calon konsumen. Bagaimana agar mereka pada akhirnya memutuskan untuk membeli. Sehingga sebagai *copywriter* perlu memahami terlebih dahulu apa saja yang dapat memengaruhi perilaku seseorang (Selling, 2015).

Anatomi *copywriting* meliputi *headline*, penawaran, alasan, bonus, testimoni, garansi, dan *call to action* (Aji, n.d.). Kesemua bagian anatomi *copywriting* tersebut dapat dipelajari oleh para pelaku usaha ekonomi kreatif, khususnya pelaku usaha ekonomi kreatif Desa Pengkok Kecamatan patuk Kabupaten Gunung Kidul.

Diharapkan dengan adanya penjelasan dan pelatihan tentang penggunaan teknik *copywriting* promosi dapat meningkatkan skill promosi produk dari pelaku usaha ekonomi kreatif Desa Pengkok dan dapat meningkatkan pendapatan usaha mereka.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian pada masyarakat menggunakan analisis SWOT untuk dapat memberikan solusi dalam permasalahan yang dihadapi.

1. Eksternal

a. Peluang

Ekonomi kreatif merupakan usaha yang didukung oleh Kemenparekraf dan seringkali pelaku usahanya mendapatkan pelatihan untuk meningkatkan skill. Namun belum ada penjelasan dan pelatihan tentang teknik *copywriting*. Dengan adanya penjelasan dan pelatihan tersebut dapat membantu meningkatkan skill. Promosi secara online dengan teknik *copywriting* juga dapat digunakan di semua media sosial sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha.

b. Ancaman

Masa pandemi yang belum berakhir dapat membuat para pelaku usaha ekonomi kreatif gulung tikar karena tidak dapat beradaptasi dengan baik.

2. Internal

a. Kekuatan

Teknik *copywriting* mempunyai anatomi yang dapat dengan mudah dipelajari oleh semua pelaku usaha ekonomi kreatif bahkan bagi pemula sekalipun. Dengan mempelajari dan praktek penggunaan teknik *copywriting* saat melakukan promosi di semua media sosial dapat meningkatkan skill dan juga meningkatkan pendapatan usaha.

b. Kelemahan

Masih kurangnya pengetahuan dan keterampilan dari pelaku usaha ekonomi kreatif dalam melakukan promosi secara online, khususnya di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 2 April s.d 4 April 2022 bertempat di Kelurahan Desa Pengkok Kecamatan Pathuk Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta dan dihadiri oleh 12 peserta yang merupakan pelaku usaha ekonomi kreatif di Desa Pengkok..

Tema yang diangkat dalam penyuluhan serta pelatihan adalah tentang penggunaan Teknik copywriting sebagai cara untuk promosi usaha. Diambil tema copywriting tersebut dikarenakan pada jaman sekarang ini teknik copywriting dapat meningkatkan pendapatan suatu usaha.

Materi yang diberikan pada tanggal 2 April 2022 tentang pengenalan media sosial yang dapat digunakan untuk promosi usaha, yang dilanjutkan dengan melakukan praktek membuat akun di salah satu media sosial dan membuat deskripsi usaha. Untuk tanggal 3 April 2022 diberikan penjelasan mengenai pengenalan teknik copywriting yang kemudian dilanjutkan dengan praktek membuat promosi usaha dengan menggunakan teknik copywriting. Hari terakhir pengabdian masyarakat dilakukan evaluasi dari hasil praktek media sosial dan promosi menggunakan teknik copywriting.

Peserta yang mengikuti pelatihan pengabdian masyarakat sebanyak 12 peserta dan memiliki usaha antara lain sekam bakar, peyek, bakso tahu, criping, krecek, dan lain sebagainya. Sebelum acara dimulai, peserta diminta untuk mengisi kuosioner, dan hasil kuosioner yang telah diisi peserta. Salah satu kuosioner yang telah diisi peserta dapat dilihat pada Gambar 1.



YAYASAN ADI UPAYA
INSTITUT TEKNOLOGI DIRGANTARA ADISUTJIPTO
(ITDA)
Blok-R, Lanud Adisutjipto, Yogyakarta
Telp. (0274) 451262, 451263, 451264 Fax. (0274) 451265
Website : itda.ac.id E-mail : informatika@itda.ac.id



Identitas Pengabdian Masyarakat (diisi oleh peserta pelatihan)

Nama Peserta : mar-tatun
Umur : ☐ 20-25 tahun ☐ 26-30 tahun ☒ >31 tahun
Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☒ Perempuan
Pendidikan : ☐ SMA ☐ D1/D3 ☐ S1
Jenis Usaha : CRIPING PISANG
Nama Usaha :
Nomor HP : 087738324050
Email :
Alamat Lokasi Usaha : Katumpang . Pengkok . Pathuk . G . K

Jawablah secara singkat dan jelas.

1. Apakah Anda memiliki media sosial (WA, Instagram, TikTok, Facebook, dll)? Jika iya, sebutkan apa saja media sosial yang sudah Anda miliki!
.....
WA
.....

2. Apakah Anda memiliki Laptop/Smartphone yang menunjang pemasaran berbasis digital?
.....
Tidak
.....

3. Apakah Anda pernah menggunakan Media Sosial (WA, Instagram, TikTok, Facebook, dll) dalam memasarkan produk usaha? Jika pernah, media apa yang pernah Anda gunakan?
.....
WA
.....

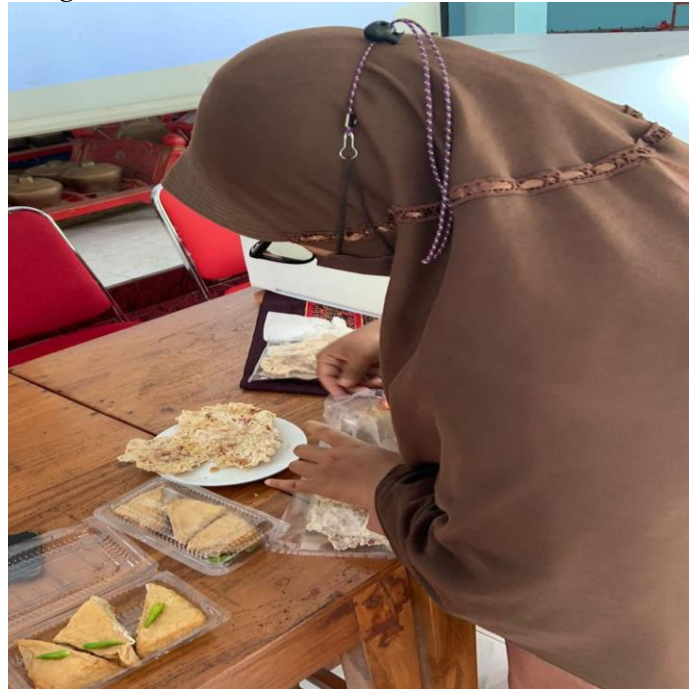
4. Apakah Anda pernah menggunakan Marketplace (Shopee/Bukalapak/Tokopedia) dalam memasarkan produk usaha? Jika pernah, media apa yang pernah Anda gunakan?
.....
Tidak
.....

Tanda tangan :


Gambar 1. Hasil Kuosioner Hari Pertama

Hasil kuosioner yang telah diisi peserta tersebut menunjukkan hanya 4 dari 10 peserta yang mengisi kuosioner pernah menggunakan marketplace (Facebook *marketplace*, Shopee, Bukalapak), peserta lebih sering menggunakan *smartphone* untuk menunjang pemasaran berbasis digital, dan media sosial yang dijadikan komunikasi dan pemasaran yang sering digunakan adalah whatsapp.

Dokumentasi acara kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada Gambar 2 sampai dengan Gambar 5.



Gambar 2. Peserta Menata Produk Yang Akan Difoto



Gambar 3. Peserta Melakukan Pemotretan Produk Usaha



Gambar 4. Peserta Melakukan Praktek Upload Produk Ke Marketplace dan Media Sosial Didampingi Pelaksana



Gambar 5. Pelaksana Menjelaskan Kepada Peserta

Setelah peserta pengabdian melaksanakan praktek produk ke marketplace, peserta mengisi kuosioner. Hasil kuosioner yang telah diisi peserta diantaranya seperti pada Gambar 6 dan Gambar 7.

YAYASAN ADI UPAYA
INSTITUT TEKNOLOGI DIRGANTARA ADISUTJIPTO
(ITDA)
Blok-R, Lanud Adisutjipto, Yogyakarta
Telp. (0274) 451262, 451263, 451264 Fax. (0274) 451265
Website : itda.ac.id E-mail : informatika@itda.ac.id

Identitas Pengabdian Masyarakat (diisi oleh peserta pelatihan)

Nama Peserta : Emma Yekel ISMARYANI
Umur : ☒ 20-25 tahun ☐ 26-30 tahun ☐ >31 tahun
Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☒ Perempuan
Pendidikan : ☒ SMA ☐ D1/D3 ☐ S1
Jenis Usaha : Atseshons, vlogger, softcopy dll
Nama Usaha : Emma Cell
Nomor HP : 083806032503
Email : emayani03@gmail.com
Alamat Lokasi Usaha : Pengkot, Pengkot, Patuk, Rt 016/Rw 003, Gunungkatul.

Kuisisioner Minat dan Motivasi Peserta (diisi oleh peserta pelatihan)

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih.

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya sangat antusias dan semangat saat mengikuti pelatihan	☒			
2.	Saya merasa materi-materi pelatihan sangat membantu mengembangkan promosi usaha yang saya tekuni	☒			
3.	Saya selalu datang tepat waktu selama mengikuti pelatihan		☒		
4.	Materi-materi yang diajarkan selama pelatihan sangat bermanfaat secara pengetahuan dan ketrampilan di bidang usaha yang saya tekuni	☒			
5.	Saya sangat tertarik dengan pembahasan materi selama pelatihan	☒			

Keterangan:
SS = sangat setuju S = setuju TS = tidak setuju STS = sangat tidak setuju

Kuisisioner Pemasaran Online (diisi oleh peserta pelatihan)

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih.

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Setelah mengikuti pelatihan tentang pemasaran online, saya berkeinginan dan perlu untuk menerapkannya	☒			
2.	Pemasaran online perlu dipelajari untuk meningkatkan jangkauan promosi produk saya	☒			
3.	Pelatihan pemasaran online dapat bermanfaat untuk pelaku usaha ekonomi kreatif	☒			
4.	Pelatihan tentang pemasaran online perlu diadakan lagi	☒			
5.	Adanya pelatihan pemasaran online mempengaruhi saya dalam hal promosi secara digital	☒			
6.	Saya sudah paham bagaimana membuat foto produk saya yang		☒		

Gambar 6. Hasil Kuisioner Setelah Pengabdian Masyarakat

YAYASAN ADI UPAYA
INSTITUT TEKNOLOGI DIRGANTARA ADISUTJIPTO
(ITDA)
Blok-R, Lanud Adisutjipto, Yogyakarta
Telp. (0274) 451262, 451263, 451264 Fax. (0274) 451265
Website : itda.ac.id E-mail : informatika@itda.ac.id

7.	Saya sudah paham bagaimana membuat dan mengedit video produk saya supaya menarik untuk dipromosikan secara online		☒		
8.	Saya sudah paham bagaimana memasarkan produk melalui toko online seperti Shopee dan Oke		☒		
9.	Saya sudah paham bagaimana mempromosikan produk melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok		☒		

Keterangan:
SS = sangat setuju S = setuju TS = tidak setuju STS = sangat tidak setuju

Survey Kepuasan (diisi oleh peserta pelatihan)

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih.

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Dosen Prodi Informatika ITDA Yogyakarta bersama pelaku usaha ekonomi kreatif di Desa Pengkot		☒		
2.	Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Dosen Prodi Informatika ITDA Yogyakarta bersama pelaku usaha ekonomi kreatif di Desa Pengkot sesuai dengan harapan saya		☒		
3.	Personil/anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan saya		☒		
4.	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang saya ajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota yang terlibat		☒		
5.	Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat		☒		

Keterangan :
SS = sangat setuju S = setuju TS = tidak setuju STS = sangat tidak setuju

Jawablah secara singkat dan jelas.

1. Pendapat tentang kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan
Sudah bagus. Keinginannya sangat bermanfaat. Bagi saya, karena dapat menambah wawasan serta pengetahuan saya tentang mempromosikan produk-produk saya melalui media sosial dan digital.

2. Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan selanjutnya
Jika ditindaklanjuti lagi dalam pengabdiannya, agar saya lebih paham.

Tanda tangan :

Gambar 7. Hasil Kuisioner Setelah Pengabdian Masyarakat

Pada akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan evaluasi dan

didapatkan bahwa seluruh peserta (12 peserta) yang hadir atau sebanyak 100% sudah memahami tentang pemasaran online dan antusias akan menerapkan materi pemasaran online yang di dalamnya mengulas teknik copywriting sehingga dapat menarik minat calon konsumen.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dihadiri oleh 12 peserta dari usaha ekonomi kreatif Desa Pengkok. Dalam kegiatan tersebut diberikan penjelasan tentang teknik copywriting yang mendukung pemasaran online. Seluruh peserta sudah memahami tentang pemasaran online dan antusias akan menerapkan materi pemasaran online yang di dalamnya mengulas teknik copywriting sehingga dapat menarik minat calon konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. (n.d.). *Hypno Writing*. Dinatra Asia.
- Covid-19, S. T. P. (2020). *Pelaku Ekonomi Kreatif Optimis Bisa Bangkit Dari Pandemi*.
<https://covid19.go.id/p/berita/pelakuekonomi-kreatif-optimis-bisa-bangkit-dari-pandemi>
- Daulay, Z. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2).
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/3990/1963>
- Marlinah. (2017). Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional melalui pengembangan ekonomi kreatif. *Cakrawala Jurnal Humaniora*, 17(2), 258–265.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v17i2.2488>
- Selling, D. (2015). *Easy Copywriting*. Delta Saputra.