

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Desa Batu Mekar Lingsar, Lombok Barat, dapat disimpulkan bahwa Anyaman ketak adalah salah satu kerajinan tangan yang terkenal di Desa Batu Mekar. Produk kerajinan ketak ini dibuat secara tradisional agar gampang mempertahankan tradisi turun temurun, dari mulai proses penjemuran, pengasapan selama tiga hari guna mendapatkan warna yang sesuai, kemudian dilanjutkan dengan proses pengeringan yang berlangsung selama tiga hari tiga malam, sehingga menghasilkan produk kerajinan yang aman dari jamur, rayap, bebas bahan kimia, ditambah semakin lama kerajinan ketak itu disimpan warnanya akan semakin timbul dan eksotis, hal ini lah yang membuat kerajinan ketak sangat unik, sehingga banyak wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal yang tertarik untuk membelinya.

Salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya jual yang tinggi adalah optimalisasi implemetasi *digital marketing* terhadap kerajinan anyaman ketak di Desa Batu Mekar. *Digital marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk dengan memanfaatkan media digital atau media internet yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen secara cepat dan luas. Salah satu model sarana promosi yang digunakan adalah *Social Media Marketing (SMM)* dapat membantu masyarakat melakukan

target pasar yang lebih sesuai, dan bisa menjangkau hampir semua pasar. *Social Media Marketing (SEM)* merupakan segala bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengenalan, pengingatan kembali dan pengambilan aksi terhadap sebuah brand, bisnis, produk, orang atau hal lainnya yang dikemas menggunakan alat-alat di sosial web. Pengrajin anyaman ketak di Desa Batu Mekar, Lingsar, Lombok Barat semakin sadar bahwa kegiatan promosi menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam usaha mereka untuk menarik minat pelanggan serta meningkatkan volume penjualan. Selain itu, dengan adanya strategi *digital marketing; Social Media Marketing (SEM)* ini, produksi anyaman ketak semakin meningkat serta penghasilan Desa Batu Mekar semakin meningkat karena nilai jual dari anyaman ketak semakin tinggi dengan melalui pemasaran internet, seperti *Intagram, Tiktok, Facebook, LinkedIn* dan lain sebagainya.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah; Di harapkan dengan adanya strategi pemasaran *Digital Marketing* ini, mampu memperluas tingkat penjualan secara terus menerus (dalam waktu jangka panjang) sehingga meningkatkan perekonomian masyarakat/para pengrajin ketak yang ada di Desa Batu Mekar, Lingsar Lombok Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Arfian, A. Yoerani, A. A. Yana, J. Siregar, and Syafrianto., “Pelatihan Desain Produk Pemasaran Digital pada Pemuda Karangtaruna Desa Cikarageman Selama Covid-19,” *Aptekmas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 3, 2021, doi: <https://doi.org/10.36257/apts.v4i3.3370>.
- A. Kwartama, “Aspek Digitalisasi dalam Peningkatan Marketing Pada Perusahaan Jasa Angkutan Laut (Studi Kasus PT. Yicheng Logistics Jakarta),” *Manaj. dan Teknol. Marit.*, vol. 2, no. 2, 2021.
- A. O. Siagian, R. Martiwi, and N. Indra, “Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital,” *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 3, no. 3, 2020, doi: 10.32493/jpkpk.v3i3.4497
- Afiffah, S. R., Fortuna, O. D., Kusumah, T. M., & Fauzi, A. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Model AIDA dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Cakrawala, Rawalumbu, Kota Bekasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 623-630.
- Arifin, Z., Ningsih, D. N. C., Salamah, S. N., Tualeka, S. H., & Prasasti, A. (2022). Edukasi Digital Marketing untuk Pengembangan Destinasi Wisata Sumber Biru. *Surya Abdimas*, 6(2), 348-360.
- Budiman, D. F., Rahman, A. S., Misbahuddin, M. S. I., Irfan Akbar, L. A. S., & Wiriasto, G. W. (2020). Pelatihan Internet Market Place Bagi Pengrajin Anyaman Ketak Di Desa Beleka Kecamatan Praya Timur Lombok Tengah. *Prosiding PEPADU*, 2, 267-270.
- Bungin, B. (2007). Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson education.

- Coviello, N., Milley, R., & Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 15(4). <https://doi.org/10.1002/dir.1020>
- Coviello, Nicole E., Roger Milley and Barbara Marcolin. 2001. "Understanding IT-enabled Interactivity in Contemporary Marketing." *Journal of Interactive Marketing* 15 (4): 18-33.
- Etrisia, M., Izhanoor, H., Sitompul, M. C., Raskita, E. D., Syafaad, N. H., Musinin, M. A., ... & Indrayanti, L. (2022). Pendampingan Dan Pelatihan Digital Marketing Bagi Pengrajin Rotan Di Desa Pantai Bertujuan Untuk Peningkatan Daya Jual Produk: Indonesia. *Pengabdian Kampus: Jurnal Informasi Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(2), 36-46.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77-85.
- I. Ariyanti, N. Novita, D. Khairunnisa, and A. Ganiardi, "Website Sebagai Sarana Promosi UKM Sopyan," *Aptekmas J. Pengabdian Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 3, 2020, doi: <https://doi.org/10.36257/apts.v3i3.2125>.
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 147-152.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang bisnis di era digital bagi generasi muda dalam berwirausaha: strategi menguatkan perekonomian. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), 125-130.
- Mastur, M., Hartono, H., Sutarno, S., & Nurhidayat, A. (2022). Teknologi Hot Press Induksi Listrik Hemat Energi Produksi Papan Partikel Dan Handycraft Dari Kayu Limbah Dan Akar Bambu Kelompok Pengrajin Kayu Di Desa Sangkanayu Purbalingga. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 558-563.
- Moleong, L. J. (2007). Metode penelitian kualitatif.
- Murdani, H. . A. (2020). Analisis Kinerja Strategi Pemasaran Usaha Kerajinan Ketak Di Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa*, 3(2). <https://doi.org/10.33701/jipsk.v3i2.976>
- Ningsih, N. H. I., Yunarni, B. R. T., & Iswanto, D. (2022). Peningkatan Literasi Keuangan Kepada Pengusaha Kerajinan Ketak Melalui Pelatihan Pencatatan dan Pembukuan. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 42-74.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2). <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Prilandewi, K. L., & Sukadana, I. W. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Kerajinan Batok Kelapa Di Desa Batubulan. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 5(2). <https://doi.org/10.35906/resona.v5i2.809>
- Primadewi, A., Rohmana, S. C., Karim, D. A., Yuswanti, D., & Rofendi, S. (2022). Optimizing digital transformation as a destination branding strategy for Balkondes Karanganyar, Borobudur, Magelang. *Community Empowerment*, 7(7), 1255-1264.

- Putra, I. N. T. D., Resmayani, N. P. A., & Gede, I. P. (2023). Pendampingan Pengembangan Desa Digital Melalui Komunitas Pemuda Di Desa Buwun Sejati Lombok Barat. *MANDALIKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 34-42.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri.. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1). <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Ridwan, S., & Tarigan, J. (2009). Creative Digital Marketing. *Jakarta: PT Elex Media Komputindo*.
- Salamah, N. H., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh social media marketing terhadap brand awareness pada e-commerce hijau. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 249-269.
- Satori, D. A., & Komariah, A. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Canggu: Alfabeta*.
- Setiawan, Y., Banindro, B., & Tanudjaja, B. B. (2014). Perancangan Buku Fotografi Kerajinan Ketak Pulau Lombok. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(4), 12.
- Simamora, Henry. (2004). *Manajemen sumber daya manusia / Henry Simamora*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YPKN.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Syarifuddin, U., Ilyas, G. B., Misbahuddin, M., Mustafa, H., & Sani, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(2), 1-24.

- Terttiaavini, T., Sofian, S., & Saputra, T. S. (2021). Pendampingan Penyusunan Program Rencana Kerja Badan Usaha Milik Desa Dalam Rangka Optimalisasi Potensi Desa Serijabo Ogan Ilir Sumatera Selatan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3536-3546.
- Urban, Glen L. 2004. *Digital Marketing Strategy: Text and Cases*, New Jersey: Pearson Prentice Hall
- V. P. Fauzi, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing ErCorner Boutique dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru," *JOM FISIP*, vol. 3, no. 1, 2016.
- Wardhana, A. 2015. Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV* (pp. 327-337).
- Wardiyanta, M., & Hum, M. (2006). Metode penelitian pariwisata. *Yogyakarta, Penerbit Andi*, 52.
- Yesputra, R., & Sapta, A. (2022). Prediksi Kelancaran Pembayaran Angsuran Pada Koperasi Dengan Metode Naive Bayes Classifier. *Indonesian Journal of Computer Science*, 11(2).
- Zulkarnaini, Z. (2021). Analisa Faktor Tingkat Keberhasilan Digital Marketing.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram
Website: fistpol.ummat.ac.i

BERITA - ACARA

Pada hari ini **Juma't** Tanggal **30** Bulan **Juni** Tahun **2023** pukul **11.00** Wita telah diselenggarakan **Sidang Skripsi** bertempat di Ruang Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan **LULUS / TIDAK LULUS** dengan predikat **CUKUP / MEMUASKAN / SANGAT MEMUASKAN / CUM LAUDE**, Mahasiswa :

Nama : **Rangga**
NIM : **2019B1C106**
Jurusan : **Administrasi**
Program Studi : **Administrasi Bisnis**
Konsentrasi : **ENTREPRENEUR**
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram**
Judul Skripsi : **"Optimalisasi Implementasi Digital Marketing terhadap Pengembangan Kerajinan Ketak di Desa Batu Mekar Lingsar Lombok"**.

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yang Diberikan
1	Selva, M.Sc. NIDN. 0811118601	PU	3,2
2	Alfian Eikman, S.Sos., MA. NIDN. 0803048303	PP	3,34
3	Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. NIDN. 0831128310	PN	3,2
TOTAL			9,74

Jumlah IP **3,24**
AI IP -----
Jumlah Penguji

Mataram, 30 Juni 2023

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 Selva, M.Sc. NIDN. 0811118601	 Alfian Eikman, S.Sos., MA. NIDN. 0803048303	 Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. NIDN. 0831128310



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram
Website: fisipol.ummat.ac.i

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **Rangga**
NIM : 2019B1C106
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **"Optimalisasi Implementasi Digital Marketing terhadap Pengembangan Kerajinan Ketak di Desa Batu Mekar Lingsar Lombok".**

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,2	6,4	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Metodologi	3	3,2	9,6	
5	Penyajian Data	3	3,2	9,6	
6	Analisa Data	4	3,2	12,8	
7	Kesimpulan	2	3,1	6	
8	Konsistensi Bahasan	3	3	9	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		83,4	

TOTAL BN $83,4 = 3,34$
IP -----
TOTAL B 25

Mataram, 30 Juni 2023
Penguji Pendamping,

Alfian Eikman, S.Sos., MA.
NIDN. 0803048303



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram
Website: fisipol.ummat.ac.id

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **Rangga**
NIM : 2019B1C106
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **"Optimalisasi Implementasi Digital Marketing terhadap Pengembangan Kerajinan Ketak di Desa Batu Mekar Lingsar Lombok".**

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3	6	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3	6	
4	Metodologi	3	3	9	
5	Penyajian Data	3	3	9	
6	Analisa Data	4	3	12	
7	Kesimpulan	2	3	6	
8	Konsistensi Bahasan	3	3	9	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		80	

TOTAL BN
IP $\frac{80}{25} = 3,2$
TOTAL B

Mataram, 30 Juni 2023
Penguji Netral,


Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0831128310



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram
Website: fisipol.ummat.ac.id

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.


Nama : **Rangga**
NIM : 2019B1C106
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **"Optimalisasi Implementasi Digital Marketing terhadap Pengembangan Kerajinan Ketak di Desa Batu Mekar Lingsar Lombok".**

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	4	8	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3	6	
4	Metodologi	3	3	9	
5	Penyajian Data	3	3	9	
6	Analisa Data	4	3	12	
7	Kesimpulan	2	3	6	
8	Konsistensi Bahasan	3	3	9	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	3	6	
Jumlah		25		80 P	

TOTAL BN 3,2
IP -----

Mataram, 30 Juni 2023
Penguji Utama,


Selva, M.Sc.
NIDN. 0811118601