

Meningkatkan Kualitas Produk dan Daya Saing melalui Inovasi dan Pemasaran Digital Pada Pengrajin Sangkar Burung di Palembang

Hendra Hadiwijaya¹, Didiek Prasetya²

¹Akuntansi, Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech, Indonesia

²Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Hendra Hadiwijaya

E-mail: hendra_hadi@palcomtech.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing pengrajin sangkar burung di Palembang melalui penerapan teknik inovasi dan pemasaran. Melalui tahap analisis situasi dan kondisi mitra, ditemukan bahwa pengrajin menghadapi berbagai tantangan, termasuk kualitas produk yang rendah, kurangnya pengetahuan tentang inovasi dan pemasaran, serta keterbatasan akses ke pasar. Untuk mengatasi masalah ini, dilakukan pelatihan dan pendampingan di bidang inovasi produk dan pemasaran. Melalui pelatihan ini, pengrajin sangkar burung belajar tentang teknik inovasi dalam desain dan produksi sangkar, penggunaan bahan yang berkualitas tinggi, dan peningkatan fungsionalitas produk. Pelatihan pemasaran membantu mereka memperluas penjangkauan pasar melalui pemasaran online, pengembangan branding, dan pelayanan pelanggan yang baik. Melalui tahap monitoring dan evaluasi, kemajuan pengrajin dalam menerapkan keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh dievaluasi. Hasilnya menunjukkan peningkatan kualitas produk, peningkatan penjualan, dan peningkatan daya saing pengrajin. Strategi pemasaran online dan pengembangan branding telah berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Manajemen usaha yang lebih baik telah memberikan efisiensi operasional dan peningkatan keberlanjutan usaha.

Kata kunci : Kualitas produk, daya saing, pemasaran digital

Abstract

This community service aims to improve product quality and the competitiveness of bird cage craftsmen in Palembang through the application of innovation and marketing techniques. Through the analysis of the situation and conditions of the partners, it was found that the craftsmen faced various challenges, including low product quality, lack of knowledge about innovation and marketing, and limited access to markets. To overcome this problem, training and assistance is conducted in the field of product innovation and marketing. Through this training, bird cage craftsmen learn about innovative techniques in the design and production of cages, using high quality materials, and increasing product functionality. Marketing training helps them expand their market reach through online marketing, branding development and good customer service. Through the monitoring and evaluation stage, the craftsmen's progress in applying the acquired skills and knowledge is evaluated. The results show an increase in product quality, increase in sales, and increase in the competitiveness of craftsmen. Online marketing strategy and branding development have succeeded in expanding market reach and increasing product visibility. Better business management has provided operational efficiency and increased business sustainability.

Keywords Product quality, competitiveness, digital marketing

PENDAHULUAN

Mitra memiliki peran yang penting dalam ekonomi lokal dan pelestarian budaya. Sangkar burung merupakan struktur atau wadah yang dirancang khusus untuk menampung burung peliharaan. Sangkar burung berfungsi sebagai tempat tinggal bagi burung, memberikan keamanan, kenyamanan, dan ruang yang sesuai untuk aktivitas mitra. Sangkar burung biasanya terbuat dari bahan seperti kayu, kawat, atau plastik, dengan desain yang memperhatikan kebutuhan burung serta memungkinkan pemilik untuk memantau dan berinteraksi dengan burung mitra.

Sangkar burung tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, tetapi juga memiliki peran dalam kesejahteraan burung. Sangkar yang dirancang dengan baik akan memberikan lingkungan yang aman, nyaman, dan merangsang bagi burung. Oleh karena itu, penting bagi pemilik burung untuk memilih sangkar yang sesuai dengan kebutuhan spesies burung peliharaan mitra dan memberikan perawatan yang baik terhadap sangkar burung tersebut. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, pengrajin ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas produk dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satunya mitra pada Pengabdian Kepada Masyarakat adalah Pengrajin Sangkar Burung Amir yang bealamat di Lorong Jaya Kusuma, Kebun Bunga, Kec. Sukarami, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya inovasi dalam desain dan teknik produksi. Sangkar burung yang dihasilkan cenderung standar dan kurang menarik bagi konsumen yang menginginkan produk yang unik dan berbeda. Selain itu, pengrajin juga menghadapi kendala dalam memasarkan produk mitra secara efektif, terutama dalam era digital yang semakin berkembang.

Penggunaan teknik inovasi dan pemasaran digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing mitra, (Alkachvi, 2019; Kotler & Keller, 2021). Dengan menerapkan teknik inovasi, pengrajin dapat menghasilkan sangkar burung yang lebih menarik, fungsional, dan ramah lingkungan. Pemasaran digital juga memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar, menjangkau konsumen potensial di seluruh Indonesia dan bahkan internasional, (Febrianty & Hadiwijaya, 2019; Ibrahim & Daud, 2020). Selain itu masih minimnya pengetahuan mitra terkait inovasi produk dan pemasaran digital, sehingga di butuhkan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra pada inovasi produk dan pemasaran digital sangkar burung. Sehingga kualitas produk yang di hasilkan mitra dapat meningkat dan jangkauan konsumen potensial tidak hanya lokal di Palembang tetapi di seluruh Indonesia bahkan internasional, (Savitri et al., 2014; Solekhan & Winarso, 2016).

Namun, mitra membutuhkan dukungan dan bimbingan dalam menerapkan teknik inovasi dan pemasaran digital. Mitra perlu memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk mitra dan mengoptimalkan pemasaran melalui platform *online*. Selain itu, kolaborasi dan pertukaran pengetahuan antara pengrajin juga menjadi kunci dalam memperkuat industri mitra secara keseluruhan.

Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada meningkatkan kualitas produk dan daya saing mitra melalui teknik inovasi dan pemasaran digital menjadi penting. Dengan memberikan dukungan, pelatihan, dan jaringan kolaborasi kepada pengrajin, diharapkan mitra dapat menghadapi tantangan ini dengan lebih baik dan mencapai peningkatan yang signifikan dalam kualitas produk dan daya saing mitra.

METODE

Berikut ini merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat:

1. Tahap I. Analisis Situasi dan Kondisi Mitra:

- a) Melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Identifikasi masalah utama seperti kualitas produk yang rendah, kurangnya pengetahuan tentang teknik inovasi dan pemasaran, atau keterbatasan akses ke pasar.

- b) Melakukan Focus Group Discussion (FGD) dengan pengrajin sangkar burung untuk memahami secara lebih mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi dan jadwal pelaksanaan kegiatan PKM.
2. **Tahap II. Pelatihan dan Pendampingan:**
 - a) Bidang Inovasi Produk: Memberikan pelatihan tentang teknik inovasi dalam desain sangkar burung, seperti penggunaan bahan yang ramah lingkungan, peningkatan fungsionalitas, dan penambahan fitur yang menarik.
 - b) Bidang Pemasaran: Melakukan pelatihan mengenai strategi pemasaran yang efektif untuk pengrajin sangkar burung, termasuk penggunaan media sosial, pengembangan merek, pemasaran *online*, dan strategi penjangkauan pasar yang lebih luas.
3. **Tahap III. Monitoring dan Evaluasi:**
 - a) Melakukan pemantauan terhadap implementasi pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan kepada pengrajin sangkar burung.
 - b) Melakukan evaluasi terhadap kemajuan yang dicapai oleh pengrajin, seperti peningkatan kualitas produk, peningkatan penjualan, dan penggunaan strategi pemasaran yang telah dipelajari.
 - c) Memberikan umpan balik kepada pengrajin sangkar burung mengenai hasil evaluasi dan memberikan saran atau rekomendasi perbaikan yang diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap I. Analisis Situasi dan Kondisi Mitra:

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang dilakukan, ditemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh mitra. Masalah utama meliputi kualitas produk yang rendah, kurangnya pengetahuan tentang teknik inovasi dan pemasaran, serta keterbatasan akses ke pasar.



Gambar 1.
Pelatihan Inovasi Sangkar Burung

Analisis situasi dan kondisi mitra merupakan langkah awal yang penting dalam PKM. Melalui identifikasi permasalahan, tim PKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang tantangan yang dihadapi oleh mitra. Hal ini akan membantu tim dalam merancang pelatihan dan pendampingan yang tepat sesuai dengan kebutuhan mitra.

Tahap II. Pelatihan dan Pendampingan:

Setelah melalui tahapan pelatihan dan pendampingan, mitra mengalami peningkatan dalam beberapa aspek yaitu:

Bidang Inovasi Produk:

Pengrajin sangkar burung mampu menerapkan teknik inovasi dalam desain sangkar burung mitra.



Gambar 2.
Pelatihan Inovasi Sangkar Burung

Setelah melalui pelatihan dan pendampingan di bidang inovasi produk, mitra mengalami perkembangan yang signifikan dalam meningkatkan kualitas produknya.

- a) Peningkatan Kualitas Bahan: Pengrajin sangkar burung telah memperbaiki kualitas bahan yang digunakan dalam produksi sangkar. Mitra lebih selektif dalam memilih bahan yang berkualitas tinggi, tahan lama, dan ramah lingkungan. Dengan demikian, sangkar burung yang dihasilkan menjadi lebih kuat, tahan lama, dan aman bagi burung yang menghuninya.
- b) Inovasi Desain: Pengrajin sangkar burung mengadopsi teknik inovasi dalam desain sangkar mitra. Mitra memperkenalkan elemen desain yang lebih menarik dan estetis, seperti pola dan ornamen yang indah. Selain itu, pengrajin juga melakukan eksperimen dengan ukuran dan bentuk sangkar untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan.
- c) Peningkatan Fungsionalitas: Melalui pelatihan, pengrajin sangkar burung telah meningkatkan fungsionalitas produknya. Mitra mengintegrasikan fitur-fitur tambahan, seperti tempat pakan dan minum yang lebih mudah diakses, tempat bermain yang interaktif, dan sistem keamanan yang terpadu. Hal ini meningkatkan kenyamanan dan kebahagiaan burung peliharaan, serta memenuhi harapan pemilik burung.
- d) Penggunaan Bahan Ramah Lingkungan: Para pengrajin juga mulai mengadopsi praktik produksi yang ramah lingkungan. Mitra mengganti bahan-bahan yang tidak ramah lingkungan dengan yang lebih berkelanjutan, seperti menggunakan cat yang tidak mengandung zat berbahaya. Dengan demikian, pengrajin sangkar burung ikut berkontribusi dalam menjaga lingkungan dan memperoleh pengakuan dari pelanggan yang peduli lingkungan.



Gambar 3.
Inovasi Produk

Pelatihan di bidang inovasi produk memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik sangkar burung yang dihasilkan oleh mitra, (Alkachvi, 2019; Astuti, 2018). Dengan memperkenalkan bahan berkualitas tinggi, inovasi desain, peningkatan fungsionalitas, dan penggunaan bahan ramah lingkungan, pengrajin mampu menciptakan produk yang lebih baik secara estetika dan fungsional. Selain itu, melalui inovasi produk, pengrajin sangkar burung dapat membedakan dirinya dari pesaing dan menarik minat pelanggan potensial, (Aprillia, 2020; Gunadi, 2019). Kualitas produk yang meningkat akan memberikan nilai tambah dan meningkatkan reputasi pengrajin di pasar. Dalam jangka panjang, penggunaan inovasi produk akan membantu pengrajin memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan menjaga keunggulan kompetitif mitra di industri sangkar burung. Dengan demikian, pelatihan dan pendampingan di bidang inovasi produk merupakan langkah kunci dalam upaya meningkatkan kualitas produk dan daya saing mitra, (D. N. Sari & Rahmadani, 2021).

Bidang Pemasaran:

Setelah melalui pelatihan dan pendampingan di bidang pemasaran, mitra telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produknya:

- a) Strategi Pemasaran *Online*: Pengrajin sangkar burung telah mempelajari strategi pemasaran *online*, termasuk penggunaan media sosial dan platform *e-commerce*. Mitra telah aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Instagram untuk mempromosikan produk mitra dan berinteraksi dengan pelanggan potensial. Selain itu, mitra juga telah mengoptimalkan kehadiran mitra di platform *e-commerce*, membuat toko *online* untuk memudahkan pelanggan membeli sangkar burung secara *online*.
- b) Pengembangan *Branding*: Melalui pelatihan pemasaran, pengrajin sangkar burung telah mempelajari pentingnya pengembangan merek. Mitra telah meningkatkan pemahaman tentang elemen-elemen *Branding* seperti logo, *tagline*, dan desain kemasan yang kuat. Dengan adanya *Branding* yang konsisten dan menarik, pengrajin sangkar burung dapat membedakan diri mitra dari pesaing dan menciptakan identitas yang kuat di pasar.
- c) Penjangkauan Pasar yang Lebih Luas: Pengrajin sangkar burung telah memperluas penjangkauan pasar mitra. Melalui strategi pemasaran yang efektif, mitra berhasil menarik minat pelanggan di luar wilayah lokal. Mitra dapat mengirim produk sangkar burung ke berbagai daerah dan bahkan menjalin kerja sama dengan toko hewan peliharaan, toko burung, atau pengecer *online* untuk meningkatkan distribusi produk mitra.
- d) Pelatihan dalam Komunikasi dan Layanan Pelanggan: Pelatihan pemasaran juga melibatkan pembelajaran tentang komunikasi yang efektif dengan pelanggan dan memberikan layanan

pelanggan yang baik. Pengrajin sangkar burung telah belajar bagaimana mengelola komunikasi yang baik, menanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat, serta memberikan pengalaman pelanggan yang positif. Hal ini membantu membangun kepercayaan pelanggan dan memperoleh loyalitas.

Pelatihan dan pendampingan di bidang pemasaran telah memberikan manfaat yang signifikan bagi mitra. Dengan menggunakan strategi pemasaran online, pengrajin dapat memperluas jangkauan pasar dan mencapai pelanggan potensial di berbagai lokasi. Pengembangan branding yang kuat juga membantu pengrajin membedakan diri mereka di pasar yang kompetitif, (Abdullah et al., 2021; D. M. Sari et al., 2021). Selain itu, pelatihan dalam komunikasi dan layanan pelanggan memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, (Febrianty & Hadiwijaya, 2019; Kotler & Keller, 2021). Melalui interaksi yang efektif, pengrajin sangkar burung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun reputasi yang baik. Dengan penerapan strategi pemasaran yang efektif, pengrajin sangkar burung dapat meningkatkan visibilitas, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi mereka di pasar. Ini memberikan peluang untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing mereka di industri sangkar burung di Palembang.

Tahap III. Monitoring dan Evaluasi:

Melalui tahap monitoring dan evaluasi, tim PKM dapat mengamati dan mengevaluasi kemajuan yang dicapai oleh mitra setelah menerima pelatihan dan pendampingan. Berikut ini adalah hasil dan pembahasan dari tahap monitoring dan evaluasi tersebut:

- a) Pemantauan Pelaksanaan Pelatihan: Tim PKM melakukan pemantauan terhadap pelaksanaan pelatihan yang telah direncanakan. Mereka memastikan bahwa pelatihan dilakukan sesuai dengan jadwal yang ditetapkan dan materi yang telah disusun. Pemantauan ini memastikan bahwa pengrajin mendapatkan manfaat penuh dari pelatihan yang diberikan.
- b) Evaluasi Kemajuan dan Perkembangan: Tim PKM melakukan evaluasi terhadap kemajuan yang dicapai oleh pengrajin sangkar burung setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Mereka mengamati perubahan yang terjadi dalam kualitas produk, peningkatan penjualan, penggunaan strategi pemasaran, dan penerapan teknik inovasi. Evaluasi ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang sejauh mana pengrajin telah berhasil mengaplikasikan keterampilan dan pengetahuan yang mereka peroleh.
- c) Identifikasi Kendala dan Masalah: Selama pemantauan, tim PKM juga mengidentifikasi kendala dan masalah yang mungkin muncul selama pelaksanaan kegiatan PKM. Hal ini dapat meliputi keterbatasan sumber daya, hambatan dalam penerapan teknik inovasi, atau kesulitan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran. Identifikasi ini membantu tim dalam menemukan solusi dan memberikan pendampingan yang lebih baik kepada pengrajin.
- d) Umpan Balik dan Rekomendasi: Berdasarkan hasil evaluasi dan identifikasi kendala, tim PKM memberikan umpan balik kepada pengrajin sangkar burung. Umpan balik ini mencakup penilaian terhadap kemajuan yang dicapai, pujian terhadap prestasi yang telah dilakukan, dan rekomendasi perbaikan yang diperlukan. Rekomendasi tersebut dapat berupa penyesuaian strategi pemasaran, peningkatan kualitas produk, atau pemecahan masalah tertentu. Hal ini membantu pengrajin dalam melihat hasil nyata dari usaha mereka dan memberikan arahan untuk pengembangan selanjutnya.

Tahap monitoring dan evaluasi sangat penting dalam memastikan keberhasilan pelaksanaan kegiatan PKM. Melalui pemantauan yang cermat, tim PKM dapat memastikan bahwa pelatihan dan pendampingan berjalan sesuai dengan rencana dan mengidentifikasi masalah yang mungkin timbul. Evaluasi kemajuan memberikan gambaran yang jelas tentang sejauh mana mitra telah mencapai perubahan dan meningkatkan keterampilannya dalam inovasi dan pemasaran. Umpan balik dan rekomendasi yang diberikan oleh tim PKM berfungsi sebagai panduan bagi pengrajin untuk melakukan perbaikan dan pengembangan selanjutnya. Dengan memperbaiki kendala yang

diidentifikasi dan menerapkan rekomendasi yang diberikan, pengrajin sangkar burung dapat terus meningkatkan kualitas produk, penjualan, dan daya saing mereka di pasar.

Secara keseluruhan, tahap monitoring dan evaluasi merupakan langkah penting dalam memastikan keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat (PKM). Dengan memantau kemajuan, mengidentifikasi kendala, dan memberikan umpan balik yang konstruktif, tim PKM dapat membantu mitra untuk terus tumbuh dan berkembang dalam bisnis mereka.

KESIMPULAN

Melalui PKM ini, pengrajin sangkar burung di Palembang telah mendapatkan manfaat yang nyata dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing mereka. Pelatihan, pendampingan, dan evaluasi yang dilakukan secara sistematis membantu pengrajin mengatasi tantangan yang dihadapi dan mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan dalam inovasi dan pemasaran. Dengan demikian, PKM ini telah memberikan kontribusi yang positif dalam memajukan industri sangkar burung di Palembang dan memberikan kesempatan bagi pengrajin untuk tumbuh dan berkembang dalam bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. M. H., Djaâ, A., & others. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Wawoangi Kec. Sampoiawa Ditengah Pandemic Covid-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76–80.
- Alkachvi, M. D. (2019). *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Aprillia, R. M. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Pada Distro Parahyangan Plaza Bandung)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Astuti, I. P. (2018). Diversifikasi Produk Dan Pemasaran Inovatif Pada Paguyuban Pengrajin Sangkar Burung “Karya Mandiri.” *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 181–186.
- Febrianty, & Hadiwijaya, H. (2019). *Optimalisasi Omset UKM Melalui Digital Marketing* (1st ed.). Penerbit NEM.
- Gunadi, W. (2019). Prospek Dan Strategi Bersaing Pada Industri Sangkar Burung Berkicau Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 9(2).
- Ibrahim, N., & Daud, N. M. (2020). Digital marketing strategies and their impact on consumer behavior in the fast moving consumer goods (FMCG) industry in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(3), 278–289.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Sari, D. M., Fitriani, N., & Arfiani, M. (2021). Penerapan Marketing Branding Strategy Pada Unit Usaha Mikro Kecil Pondok Yatim Binaan Human Initiative Aceh. *Batoboh: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 119–135.
- Sari, D. N., & Rahmadani, F. (2021). Strategi Pengembangan UMKM Sangkar Burung di Nagari Barulak Kecamatan Tanjung Baru. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2).
- Savitri, D. A., Sumarwan, U., & Kurniawan, B. P. Y. (2014). Daya saing dan model pemasaran sentra industri usaha kerajinan sangkar burung perkutut. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(1), 24–32.
- Solekhan, S., & Winarso, R. (2016). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran sangkar burung di Kabupaten Kudus. *Prosiding SNATIF*, 445–448.