

Pelatihan Pemanfaatan Internet sebagai *E_Showroom*, *E_Katalog* dan *E_Marketing* untuk Meningkatkan Pemasaran bagi Perajin Gerabah Kasongan

Noor Fitrihana, Moh. Adam Jerusalem, Triyanto

Fakultas Teknik

noor_fitrihana@uny.ac.id

Abstrak

Tujuan pelatihan ini adalah melatih perajin gerabah kecil dan menengah cara memasarkan gerabah melalui *E_Showroom*, *E_Katalog* dan *E_Marketing* secara efektif dan efisien. Sehingga terbentuk perajin gerabah kecil dan menengah mempunyai kesadaran dan pola pikir kreatif dalam memasarkan gerabahnya dengan memanfaatkan teknologi internet.

Peserta pelatihan ini adalah 25 perajin gerabah Kasongan yang terpinggirkan secara ekonomi dan bisnis. Pelatihan telah dilaksanakan pada tanggal 22, 29 Juni dan 1 Juli 2012 di Kongsul Sewu Kasongan. Materi pelatihan meliputi pembuatan email, blog, facebook, dan optimisasi internet untuk pemasaran.

Pelatihan ini telah terlaksana dengan baik dilihat dari tiga indikator berikut: 1) prosentase kehadiran peserta sebesar 100% (25 orang); 2) 50% perajin mempunyai *E_Showroom*, *E_Katalog* dan *E_Marketing*; dan 3) ada 3 peserta sudah mulai memanfaatkan *e_marketing*.

Kata Kunci: *E_Showroom*, *E_Katalog*, *E_Marketing*, Perajin Gerabah

Abstract

The aim of this community service is train ceramic craft-makers who have small or medium ceramic home-industry to sell their products through *E_Showroom*, *E_Katalog* and *E_Marketing* efficiently and effectively. So that, Kasongan ceramic craft-makers have creative mindset in marketing and use internet technology as a main tools of their marketing.

Participant of this training is 25 ceramic craft-makers who marginalized in economic and business. This training held in June 22, 29 and July 1, 2012 at Kongsul Sewu Kasongan. The material consists of email, blog, facebook making and internet optimization as marketing tool.

This training was done by well according to three indicators: 1) participants attendance percentage is 100% with 25 person totally; 2) 50% of ceramic craft-makers are have *E_Showroom*, *E_Katalog* and *E_Marketing*; and 3) 3 ceramic craft-makers have begin in *E_Marketing* usage.

Keyword: : *E_Showroom*, *E_Katalog*, *E_Marketing*, Ceramic Craft-Makers

A. PENDAHULUAN

Kasongan adalah nama daerah tujuan wisata di wilayah Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta yang terkenal dengan hasil kerajinan gerabahnya. Tempat ini tepatnya terletak di daerah pedukuhan Kajen, desa Bangunjiwo, kecamatan Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, sekitar 6 km dari Alun-alun Utara Yogyakarta ke arah Selatan. Sejak tahun 1971-1972, Desa Wisata Kasongan mengalami kemajuan cukup pesat. Sapto Hudoyo (seorang seniman besar Yogyakarta) membantu mengembangkan Desa Wisata Kasongan dengan membina masyarakatnya yang sebagian besar Perajin untuk memberikan berbagai sentuhan seni dan komersil bagi desain kerajinan gerabah sehingga gerabah yang dihasilkan tidak

menimbulkan kesan yang membosankan dan monoton, namun dapat memberikan nilai seni dan nilai ekonomi yang tinggi.

Data Ditjen IKM Kementerian Perindustrian tahun 2009 mencatat terdapat 408 unit usaha dan menyerap 2.343 tenaga kerja. Adapun jumlah seluruh Perajin gerabah Kasongan yang terdata sebanyak 582 orang dengan nilai ekonomi investasi dan transaksi lebih dari 1 milyar rupiah. Hasil kerajinan dari gerabah yang diproduksi oleh Kasongan pada umumnya berupa guci dengan berbagai motif (burung merak, naga, bunga mawar dan banyak lainnya), pot berbagai ukuran (dari yang kecil hingga seukuran bahu orang dewasa), souvenir, pigura, hiasan dinding, perabotan seperti meja dan kursi. Namun kemudian produknya berkembang bervariasi meliputi bunga tiruan dari daun pisang, perabotan dari bambu, topeng-topengan dan masih banyak yang lainnya. Hasil kerajinan tersebut berkualitas bagus dan telah diekspor ke mancanegara seperti Eropa dan Amerika.

Terkait dengan perkembangan gerabah Kasongan, sebuah penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Handrimurtjahyo, dkk. (2007) menghasilkan suatu temuan bahwa pertumbuhan usaha industri gerabah Kasongan dipengaruhi oleh beberapa faktor penentu, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi: (1) kemampuan manajerial, (2) pengalaman pemilik atau pengelola (3) kemampuan untuk mengakses pasar, teknologi produksi, beserta sumber permodalan (4) besar kecilnya modal yang dimiliki. Faktor eksternal meliputi: (1) dukungan pemerintah maupun swasta terkait dengan bantuan teknis dan modal (2) kondisi ekonomi dunia (3) kemajuan teknologi produksi.

Dalam perjalanan industri lokal gerabah Kasongan tentunya mengalami jatuh bangun, seperti pada krisis ekonomi tahun 1997-1998 dan gempa bumi tahun 2006. Dengan adanya kondisi tersebut, Perajin gerabah Kasongan harus merangkai ulang terhadap usaha kerajinan gerabah yang telah lama dijalankan. Di kala perajin mencoba bangun dari keterpurukan dan kerusakan akibat gempa bumi, pada penghujung tahun 2008 perajin gerabah kembali dihantam guncangan gempa yaitu “gempa krisis ekonomi global.” “Gempa ekonomi” melkita di hampir seluruh belahan dunia yang diawali oleh keterpurukan ekonomi negara Adidaya Amerika Serikat. Imbas dari “gempa ekonomi” dunia tersebut menjalar pada pasar internasional, khususnya pasar di berbagai negara yang menjadi tujuan ekspor kerajinan gerabah Kasongan. Keadaan itu membuat perajin terpuruk untuk kedua kalinya. Keadaan yang

paling tragis dialami pada perajin gerabah kategori perajin kecil tradisional dengan tempat usaha di bagian pedalaman desa, banyak di antaranya harus gulung tikar, pindah usaha seperti berjualan sayuran, gorengan, dan bentuk usaha kecil lainnya.

Berbagai usaha untuk kembali membangkitkan gairah geliat usaha kerajinan banyak ditawarkan oleh berbagai ahli ekonomi, seperti memperluas jaringan pasar penjualan, pemangkasan pajak, dan mengkreasi produk baru. Saat ini hanya pengrajin besar yang sudah melek internet untuk pengembangan usaha seperti Timboel Keramik, Yanto Keramik, Tunas Asri Keramik, dan Subur Keramik memiliki background pendidikan tinggi di mana usaha yang dijalankan sudah menggunakan teknik pemasaran modern, yaitu lewat penggunaan teknologi informasi internet. Namun demikian jumlah perajin mapan yang memiliki latar belakang pendidikan tinggi itu jumlah sangat sedikit (Raharjo, 2008).

Inilah alasan mengapa para pelaku industri kecil perlu mengenal internet, sejak Marc Andersen mulai mengembangkan World Wide Web yang mampu menggabungkan informasi teks dan grafik dan lainnya, ternyata hanya memerlukan waktu empat tahun dalam usaha mencapai 50 juta user di seluruh dunia. Web telah melakukan suatu revolusi budaya, yang terkenal dengan istilah "*point and click*". Sehingga mendorong orang untuk menggunakan tanpa perlu pendidikan di bidang komputer secara khusus. Menurut data yang, yang dikeluarkan oleh [internetworldstats](http://internetworldstats.com), berdasarkan data terakhir yang didapat per tanggal 31 Desember 2011 total pengguna internet itu sekitar **2,267,233,742** (2,2 miliar lebih) dari sekitar 7 miliar manusia yang ada di bumi. Dimana berdasarkan geografis posisi pengguna terbesar pertama berada di benua Asia, yaitu sebesar 1,016,799,076, sementara posisi kedua yaitu di benua Eropa sekitar 500,723,686, sementara posisi ke tiga yaitu di daerah Amerika Utara yakni sekitar 273,067,546, sisanya berada di daerah Amerika latin, kemudian Benua Afrika, dan Australia. Dan Indonesia memiliki pengguna internet terbesar keempat di wilayah asia.

Baru baru ini MarkPlus Insight merilis data tentang penggunaan Internet di Indonesia per akhir tahun 2012 mencapai 61,08 juta orang. MarkPlus Insight melakukan survei terhadap 2151 orang yang berusia 15-64 tahun dengan strata sosial ABC dan bertempat tinggal di 11 kota besar di Indonesia. Survei juga dilakukan untuk menemukan *behaviors* yang muncul di antara para pengguna Internet ini. Temuan yang layak untuk ditelaah lebih lanjut:

- 40% dari pengguna Internet di Indonesia (24,2 juta orang) mengakses Internet lebih dari 3 jam setiap harinya
- 58 juta orang (95%) mengakses Internet dari notebook, netbook, tablet dan perangkat seluler
- Komunitas terbesar pengguna Internet didominasi oleh kalangan *middle class*
- Mayoritas pengguna Internet di Indonesia berada di rentang usia 15-35 tahun
- 56,4% termasuk “bargain hunter” — yang rela berjam-jam berselancar di Internet untuk mencari informasi dan penawaran terbaik tentang kebutuhannya
- 3,7 juta orang (6%) pernah melakukan transaksi e-commerce
- budget rata-rata pembelian secara online adalah Rp 150 ribu

(sumber:<http://dailysocial.net/post/markplus-insight-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-61-juta-orang>, diakses 15 November 2012).

Berdasarkan potensi pengguna internet yang semakin meningkat dan akan terus meningkat maka internet perlu dioptimalkan ada [9 Alasan Sebuah Bisnis](#)

Harus Punya Website :

- 1. Website adalah media advertising terbaik.** Jika memiliki sebuah website untuk bisnis an, maka website yang berisi informasi dan profile bisnis anda itu sekaligus menjadi brosur untuk calon-calon pelanggan. Pelanggan akan dengan mudah mengakses informasi lebih mendetail tentang produk kita, katalog produk-produk baru, dan daftar harga produk bisa selalu update kapan saja. Jika mempunyai satu saja website bisnis, maka itu sudah lebih dari cukup sebagai media advertising
- 2. Website adalah media promosi yang murah.** Tidak ada jenis advertising yang murah daripada meng-online-kan bisnis dalam bentuk sebuah website. Memiliki website yang selalu up-to-date setiap saat tentu lebih efektif dalam mendatangkan pelanggan tanpa batasan ruang dan waktu coba bandingkan dengan media promosi lain semacam brosur cetak dan pamflet.
- 3. Peluang yang lebih besar.** Kini adalah jaman online, semua orang mulai melirik alat belanja dan berburu produk dengan internet. Dengan memiliki website tentu

telah memasuki sebuah peluang baru. Peluang yang lain? Di dunia nyata bisa saja kalah bersaing dengan kompetitor di sebuah wilayah, tetapi di dunia online bisa saja lebih unggul atau bahkan bisa berkompetisi dengan perusahaan yang lebih besar dengan menjangkau wilayah yang lebih luas

4. Semakin sukses dengan kompetisi. Tidak ada bisnis yang sukses tanpa kompetisi, kecuali buruknya monopoli. Jika anda dan semua kompetitor anda juga menggunakan media online sebagai alat promosi, tentu sekarang adalah saat di mana anda berada di tengah-tengah persaingan Index Mesin Pencari, berbagi pangsa pasar. Teknologi internet aneka rupanya selalu dinamis berkembang, sangat cepat sekali berubah, persaingan dalam menguasai teknologi ini akan membuat bisnis anda terus tumbuh dan berkembang, saatnya bersaing di dunia maya.

5. Pelanggan semakin cerdas dengan teknologi. Ketika kustomer anda ternyata atidak mau ketinggalan dengan tren teknologi internet, maka kredibilitas bisnis anda dipertaruhkan ketika anda tidak memiliki website yang bisa mengangkat citra produk anda di dunia online tersebut. Bukankah website harus segera memilikinya?

6. Pelayanan Pelanggan 24 Jam. Dengan memiliki website yang online setiap saat, sesungguhnya anda telah memberikan layanan penuh sehari-semalam kepada pelanggan anda. Anda bisa berkomunikasi kapan saja dengan e-mail, live chatting ataupun video conference untuk kustomer tertentu.

7. Informasi Umum Bisnis Anda. Bisnis dan produk apapun musti menyediakan informasi umum atau hal-hal yang paling sering ditanyakan kustomer. Dengan aneka form dan aplikasi, sebuah website akan dengan mudah menyediakan semua informasi itu, dibanding dengan anda anda menyewa kustomer service, anda bisa

menyediakan sebuah website yang bisa diatur agar informasi umum bisnis dan produk anda mudah dan cepat di akses kustomer.

8. Cara cepat mendatangkan kustomer. Website dengan keunggulan 24 jam akses, tidak seperti media cetak, adalah kemudahan tersendiri menjangkau kustomer. Website tidak mengenal batas ruang, ia bisa diakses dari mana saja selama ada jaringan internet, menjadikan distribusi informasi bisnis dan produk anda lebih luas dikenal kustomer. Jadi anda tidak perlu menyewa jasa kiriman kilat untuk menjelaskan detail bisnis dan produk anda kepada kustomer di lain benua.

9. Website adalah warung anda di pinggir jalan jalan dunia. Kini internet telah dilengkapi dengan kemudahan peta online, itu artinya siapa saja dari calon kustomer akan semakin mudah menemukan bisnis anda, selain itu lainnya warung di pinggir jalan tempat anda menerima pembayaran langsung, kini internet telah melahirkan banyak media-media dan cara pembayaran online cepat, transaksi bisnis di era ini benar-benar dimanjakan dengan internet. Pikir apalagi? hubungi masbadar, dan bisnis anda akan segera ekspansi besar-besaran dengan sebuah website. Mudah, mudah.

<http://masbadar.com/9-alasan-bisnis-anda-harus-punya-website>

Tujuan umum dari pelatihan ini adalah adanya kondisi baru dimana perajin gerabah kecil dan menengah mempunyai kesadaran dan pola pikir kreatif dalam memasarkan gerabahnya dengan memanfaatkan teknologi internet. Pengrajin perajin kecil dan dipinggiran kasongan juga mampu bersaing dengan para pemodal yang mampu membeli showroom di jalan utama di lokasi yang strategis. Dari kegiatan ini diharapkan bermanfaat untuk pengrajin meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi internet untuk pengembangan dan

pemasaran usaha sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan kesejahteraan keluarga dan lingkungannya

B. METODE KEGIATAN

Khalayak sasaran pelatihan ini adalah 25 perajin gerabah Kasongan yang berskala kecil dan menengah dan workshopnya tidak berada di jalan utama kasongan. Dasar pemilihan perajin gerabah Kasongan yang berskala kecil dan menengah sebagai khalayak sasaran mengingat para perajin ini masih terkendala dalam hal pemasaran dan tidak memiliki lokasi yang strategis dan dijangkau oleh wisatawan yang datang ke kasongan . Padahal gerabah yang dihasilkan sangat potensial untuk dipasarkan secara luas bahkan secara global. Disamping itu, secara ekonomi, perajin kecil dan menengah ini mempunyai tingkat ekonomi yang relatif kurang baik. Dari perajin yang ada, prioritas yang dipilih adalah pengrajin atau keluarga pengrajin yang muda (anak,/saudara) yang membantu kegiatan produksi para pengrajin sehingga pelaksanaan pelatihan ini akan lebih lancar.

Pelatihan ini direncanakan dilaksanakan di laboratorium komputer Jurusan PTBB FT UNY namun karena terkendala kesibukan para peserta yang tidak bisa meninggalkan pekerjaannya yang tidak mengenal libur maka pelatihan dilaksanakan di Pendopo Konsul Sewu Jambu Mete Kalipucang Kasongan. Untuk kegiatan ini dibutuhkan 8 buah notebook, 3 buah modem internet, 1 buah modem wifi, kartu seluler dengan paket internet 100GB, dan modul materi pelatihan.

Metode yang digunakan dalam pelatihan pemanfaatan internet sebagai media pemasaran online ini adalah ceramah, demonstrasi dan praktek. Ceramah digunakan sebagai pengantar akan penting dan potensialnya internet dalam memasarkan gerabah para perajin. Demonstrasi digunakan untuk mengajarkan cara pembuatan *E_Showroom*, *E_Katalog* dan *E_Marketing* dari aplikasi jejaring sosial seperti facebook dan twitter; pembuatan web *marketing* bersama/induk yang terdiri atas *E_Showroom*, *E_Katalog* dan *E_Marketing* dari tiap-tiap perajin gerabah kecil dan

menengah; serta teknik memasarkan gerabah secara online yang efektif dan efisien. Praktek pembuatan *E_Showroom*, *E_Katalog* dan *E_Marketing*; pembuatan web *marketing* serta teknik memasarkan online dimaksudkan untuk mempermudah dan mempercepat para perajin menyerap materi dengan baik. Pelatihan teori diberikan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang potensi bisnis online untuk pengembangan usaha mereka. Metode dan Materi kegiatan dapat dilihat pada tabel 1. Dalam pelatihan teori ini disampaikan materi tentang

a. Pengantar Bisnis online

Materi ini berisi tentang tata cara melakukan bisnis online dan sukses story pelaku bisnis online untuk memotivasi peserta.

b. Dasar- Dasar Internet

Materi ini berisi tentang aplikasi dasar pemanfaatan internet meliputi

1) Teknik browsing

Teknik browsing diajarkan adalah bagaimana melakukan literasi tentang desain keramik, tentang potensi bisnis online dan lain sebagainya yang terkait dengan pengembangan usaha para peserta.

2) Email dan chating

Chating dan Pembuatan Email untuk tiap peserta sebagai media komunikasi di dunia maya untuk berinteraksi dengan pelanggan.

3) Web dan Blog

Pengenalan web, toko online dan blog dari berbagai pelaku usaha bidang keramik dan bidang lainnya untuk membuka wawasan tentang e showroom dan e katalog.

Sedangkan untuk kegiatan praktek dilakukan dalam 2 tahap

a. Pelatihan Praktek 1

Kegiatan Praktek 1 adalah pembuatan email, facebook dan blog sebagai media E showroom dan E Katalog. Pada kegiatan ini tim pengabdian melakukan pendampingan dan bimbingan langsung pada peserta

b. Pelatihan Praktek 2

Kegiatan praktek 2 adalah melakukan penataan *layout* blog dan facebook sebagai media E Show Room dan E Katalog yang kemudian berlatih praktek e marketing melalui publikasi upload foto dan ke mesin pencari.

Tabel.1. Materi, Narasumber, Media dan metode Pelatihan

Tatap muka ke	Materi/ Narasumber	Media	Metode
I	Pengenalan Bisnis Online Noor Fitrihana, M.Eng 22 Juni 2012	Powerpoint Proyektor Laptop	Ceramah, Tanya jawab
	Dasar-dasar internet Triyanto, M.A 22 Juni 2012	Powerpoint Proyektor Laptop	Ceramah, Tanya jawab, demonstrasi
II	Kegiatan Praktek 1 Pembuatan blog dan facebook Adam Jerusalem, MT 29 Juni 2012	Powerpoint Proyektor Laptop	Demonstrasi Unjuk kerja pendampingan
III	Kegiatan Praktek 2 Tim Pengabdian 1 Juli 2012	Powerpoint LCD Proyektor	Demonstrasi Unjuk kerja pendampingan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

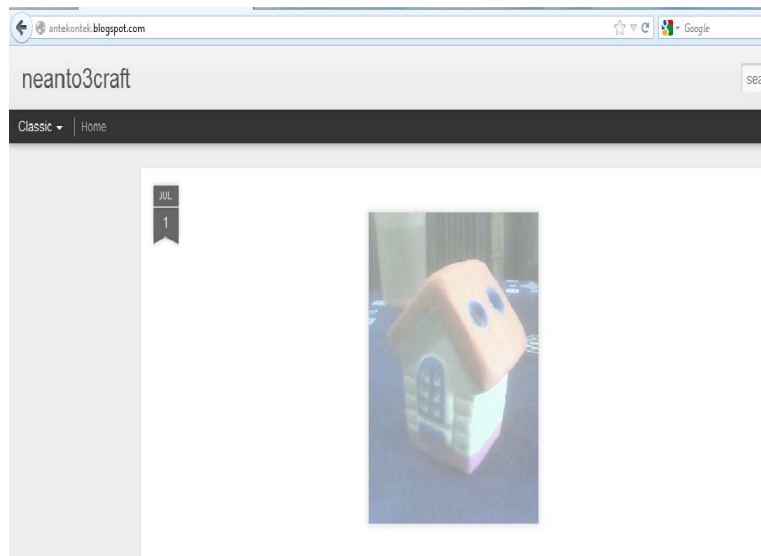
Pelaksanaan kegiatan PPM Pelatihan Pemanfaatan Internet sebagai *E_Showroom*, *E_Katalog* dan *E_Marketing* untuk Meningkatkan Pemasaran bagi Perajin Gerabah

Kasongan secara umum dapat terlaksana dengan baik sesuai jadwal. Target peserta 25 orang terpenuhi dengan jam pembelajaran total 15 jam seperti terlihat pada tabel 1. Seluruh materi dapat tersampaikan dengan baik.

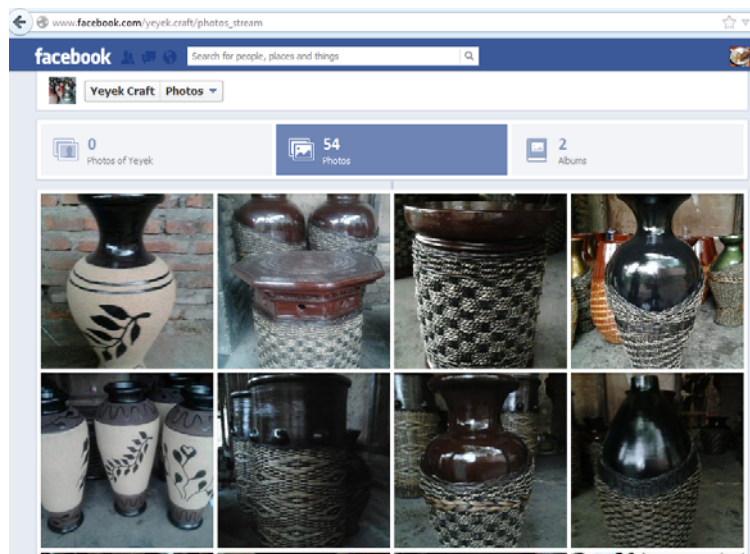
Namun target pencapaian kompetensi tiap peserta belum tercapai sesuai harapan dikarenakan kendala pada koneksi internet dan jumlah perangkat komputer. Direncanakan kegiatan dilaksanakan di Laboratorium komputer Jurusan PTBB sehingga setiap peserta dapat mengoperasikan satu komputer namun karena terkendala aktivitas pekerjaan peserta yang tidak bisa meninggalkan pekerjaannya sehari-hari di waktu siang hari sehingga format pelatihan semua di Laboratorium dirubah menjadi on site trianing (pelatihan di tempat peserta).

Untuk pelaksanaan ini tim pengabdian memerlukan persiapan yang ekstra untuk peralatan praktek meliputi:

1. Penyediaan Laptop untuk semaksimal mungkin memenuhi kebutuhan peserta. Tersedia sekitar 8 laptop (notebook) untuk pelaksanaan pelatihan sehingga satu laptop untuk 3 orang
2. Penyediaan koneksi internet beberapa operator seluler melalui sambungan modem individu maupun modem wifi. Beberapa kali terjadi gangguan signal internet dari operator dan kecepatan internet yang lambat karena di share untuk beberapa komputer secara wifi cukup menghambat proses pencapaian target kompetensi dalam pembuatan email, facebook, e showroom, e katalog dan e marketing.



Gambar. 1 antekontek.blogspot.com salah satu blog peserta



Gambar 2. www.facebook.com/yeyek.craft/photos_stream salah satu Facebook peserta pelatihan

Tanggapan peserta terhadap kebermanfaat pelatihan seperti pada tabel 5 dimana 40 % menyatakan bermanfaat dan 60 % menyatakan sangat bermanfaat.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Sikap Terhadap Kegiatan

Kriteria	N	%
Kurang bermanfaat	-	-
Bermanfaat	6	24
Sangat bermanfaat	19	76
Total	25	100

Evaluasi dari kegiatan pelatihan praktek dan teori sebagian indikator keberhasilan tidak tercapai sesuai target dikarenakan kondisi peralatan pelatihan yang digunakan secara berkelompok dan koneksi jaringan internet yang hanya bisa mengandalkan modem wifi dan operator seluler membuat interaksi peserta sedikit lambat untuk menghasilkan target yang diharapkan. Namun demikian Para peserta sangat berharap ada tindak lanjut pelatihan untuk lebih mengasah keterampilan dalam ber internet untuk pengembangan usaha kerajinan.

Meski dengan adanya beberapa hambatan yang terjadi seperti berpindahnya lokasi pelatihan yang seharusnya di laboratorium komputer menjadi pelatihan di lokasi desa peserta dikarenakan pertimbangan kesibukan dan luangnya waktu para peserta sehingga mengakibatkan keterbatasan peralatan pendukung maupun koneksi internet. Namun adanya hambatan tersebut tidak berpengaruh banyak terhadap antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan sehingga peserta selalu datang seluruhnya. Hambatan keterbatasan koneksi dan peralatan komputer ini hanya sedikit menurunkan capaian indikator keberhasilan dalam pembuatan E Showrom, E Katalog dan pelaksanaan E Marketing yang berbasis email, blog maupun facebook. Dalam kegiatan pelatihan semacam ini beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah:

1. Perlu dipertimbangkan kualitas koneksi internet dari operator seluler dan juga perlu menyediakan bebrapa koneksi internet dan berbagai operator sebagai antisipasi permasalahan koneksi internet
2. Proses registrasi *account email*. Kelancaran Koneksi internet sangat mempengaruhi keberhasilan dalam pembuatan email, blog, maupun facebook apalagi dilakukan dalam waktu bersamaan dari satu lokasi. Beberapa penyedia email seperti google atau yahoo ataupun yang lainnya cenderung akan lamabat mengkonfirmasi email jika dilakukan registrasi secara bersamaan dari satu jaringan internet di sebuah lokasi.

Untuk itu perlu dipersiapkan beberapa email yang sudah siap pakai untuk peserta guna mengefisienkan waktu pelatihan sehingga cakupan materi dan capaian kompetensinya akan tercapai. Email ini dapat dibuatkan sebelum pelaksanaan pelatihan oleh tim pengabdian, sedangkan saat pelatihan cukup dilakukan demonstrasi dan praktek langsung oleh setiap peserta dan jika ada peserta yang tidak berhasil melakukan registrasi email sudah ada email alternatif yang bisa digunakan untuk proses berikutnya seperti pembuatan blog maupun facebook.

3. Proses upload foto. Dalam E Showroom dan E Katalog dokumen foto menjadi faktor penting untuk tampilan di blog atau facebook. Kesiapan foto yang akan di upload pada blog atau facebook harus sudah benar benar dipersiapkan. Foto-foto itu juga bisa dipersiapkan dengan ukuran pixel yang ringan sehingga bisa dengan cepat terupload. Jika setiap file foto memiliki ukuran file besar akan memperlambat proses upload sehingga banyak memakan waktu untuk menunggu proses upload setiap foto. Apalagi jika koneksi internet hanya mengandalkan modem dan jaringan operator seluler ukuran file foto yang akan diunggah sangat berpengaruh terhadap kecepatan koneksi internet. Sebaiknya peserta diminta dan dilatih untuk melakukan kompres file sehingga ukuran foto menjadi lebih ringan.
4. Dalam pembuatan E Katalog juga diperlukan manajemen pengarsipan dan penamaan setiap foto yang diunggah sehingga jika ada konsumen yang menginginkan barang tertentu dapat memilih dengan mudah dan dilayani dengan cepat karena sudah ada kesamaan kode barang antara konsumen dan penjual.

Meski output yang ditargetkan belum tercapai dengan optimal namun secara umum pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dapat dikatakan cukup berhasil dilihat dari terpenuhinya peserta, terpenuhinya jam pelaksanaan kegiatan, kebermanfaatannya bagi peserta dan peningkatan keterampilan peserta dalam pemanfaatan teknologi internet untuk pengembangan usaha memajukan dan memperluas akses pasar melalui E Showroom dan E katalog.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kegiatan pelatihan ini adalah

1. Peserta pelatihan sangat merasakan kebermanfaatan pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat untuk peningkatan keterampilan guna peningkatan kesejahteraan.
2. Peserta mampu memahami pengetahuan dasar internet dan pemanfaatan internet untuk pengembangan usaha gerabah kasongan
3. Peserta mampu membuat E Showroom dan E Katalog serta melakukan e marketin.
4. Perlu tindak lanjut pelatihan untuk lebih meningkatkan keterampilan pengrajin dalam pengelolaan bisnis online

Saran untuk pemberdayaan IKM selanjutnya adalah

1. Perlu ada penyediaan jaringan internet gratis di area publik secara swadaya ataupun difasilitasi oleh lembaga terkait di lingkungan IKM yang berbasis produk yang memiliki potensi pasar ekspor.
2. Sosialisasi pemanfaatan internet yang lebih sehat dan produktif untuk pengembangan usaha perlu terus dilakukan di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah.
3. Perlu dikembangkan pasar online/web bersama untuk menampung berbagai produk dari kelompok pengrajin guna memfasilitasi pengrajin yang kesulitan mengakses internet secara mandiri karena keterbatasan SDM dan peralatannya.

E. DAFTAR PUSTAKA

Handrimurtjahyo, Dedy dkk., (2007). *Faktor-faktor Penentu Pertumbuhan Usaha Industri Gerabah Kasongan Bantul Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Raharjo, Timbul (2008). *Keramik Kasongan: Perjalanan dari Desa Kerajinan Gerabah ke Keramik yang Mendunia*. Karya Disertasi PPS UGM.

Schlender, Brent (1999). *The real road ahead*, FORTUNE, 25 Oktober 1999, hlm 86-90.

Sumarsono, Mohammad. (2010). *Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi Pengusaha Sentra Industri Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Kabupaten Bantul*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.12, No. 1, Maret 2010: 1-10

Wicaksana, I Wayan S dan Wiryana, I Made (1999). *Web sebagai Media Marketing*.
Makalah seminar Linux Dipitang dari Aspek Bisnis, diselenggarakan oleh Senat
Mahasiswa STMIK PMBI, Bandung - 30 November 1999.

<http://dailysocial.net/post/markplus-insight-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-61-juta-orang>, diakses 15 November 2012

<http://masbadar.com/9-alasan-bisnis-anda-harus-punya-website>