

PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN KAIN TENUN DI SA'DAN, KABUPATEN TORAJA UTARA

Olivia Devi Yulian P.

Universitas Kristen Indonesia Toraja

oliviadyp@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.58705/jam.v2i1.130>

Abstrak

Digital marketing merupakan sistem penjualan yang memanfaatkan media online untuk mengembangkan bisnis. Digital marketing menjadi media promosi dan transaksi yang banyak digunakan saat ini, karena dapat memberi keuntungan bagi pembeli dan penjual. Digital marketing dapat berupa aplikasi bisnis dengan platform seperti Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp, Instagram dan Tiktok. Peluang ini dapat digunakan untuk pengembangan bisnis penjualan kain tenun di desa Sa'dan. Penjualan berbasis online dapat memutuskan mata rantai penjualan, sehingga harga suatu barang dapat dibeli dengan lebih murah. Selain itu biaya membangun digital marketing yang murah, jangkauan promosi yang lebih luas menjadi kelebihan. Pelaksanaan PKM ini bertujuan memberikan pelatihan tentang digital marketing bagi pengerajin kain tenun songket di desa Burai. Hasil dari penilaian pretest dan posttest menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan tentang digital marketing bagi peserta pelatihan. Tim PKM juga membimbing pengerajin kain tenun songket untuk membuat aplikasi Facebook dan Instagram. Pelatihan membangun digital marketing ini dapat membantu menyelesaikan permasalahan masyarakat di desa sa'dan yang berupaya melestarikan budaya dengan mempertahankan usaha kain tenun kain kebanggaan Toraja.

Kata Kunci: *Digital Marketing; Kain Tenun Songket; Sa'dan*

Abstract

Digital marketing is a sales system that utilizes online media to develop business. Digital marketing is a media for promotions and transactions that are widely used today, because it can provide benefits for buyers and sellers. Digital marketing can be in the form of business applications with platforms such as Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp, Instagram and Tiktok. This opportunity can be used to develop a business selling woven fabrics in the village of Sa'dan. Online-based sales can break the sales chain, so that the price of an item can be purchased cheaper. In addition to the low cost of building digital marketing, a wider promotional reach is an advantage. The PKM implementation aims to provide training on digital marketing for songket woven fabric craftsmen in Burai village. The results of the pretest and posttest assessments show an increase in knowledge about digital marketing for training participants. The PKM team also guides songker woven fabric craftsmen to make Facebook and Instagram applications. This training in building digital marketing can help solve the problems of the people in Sa'dan village who are trying to preserve culture by maintaining a woven cloth business that is the pride of Toraja.

Keywords: *Digital Marketing; Songket Woven Fabrics; Sa'dan*

1. PENDAHULUAN

Desa Sa'dan terletak di Toraja Utara. Sa'dan terkenal dengan kerajinan kain tenunnya. Kain tenun dipakai oleh semua kalangan sebagai baju kebanggaan ketika ada acara di Toraja. Simbol kemewahan pada kain tenun toraja masih terlihat dari benang yang digunakan yaitu berwarna emas dan motifnya. Harga benang emas cukup mahal. Harga kain songket yang menggunakan benang emas lebih mahal dari pada benang perak. Perbedaan harga ini memberikan corak dan model model baru dengan harga cukup terjangkau bagi pengunjung / masyarakat.

Pemasaran kain tenun Toraja menggunakan sistem jual ke took-toko di pasar bolu atau took khusus souvenir Toraja. Waktu paling cepat untuk pengerjaan kain berukuran 2 x 1 adalah 2-4 minggu. Selain itu, penjualan Kain tenun Toraja dapat juga langsung dibeli oleh pengunjung saat melakukan wisata ke tempat wisata sekitar Toraja . Namun tidak banyak, karena harga kain tenun songket cukup mahal untuk dijadikan oleh-oleh. kebanyakan pengunjung hanya datang dan melihat-lihat proses pembuatan kain tenun songket. Kondisi seperti ini mempersulit pengerajin untuk mendapatkan

penghasilkan yang lebih besar, sehingga minat generasi muda untuk menekuni usaha ini semakin lama semakin sedikit.

Kain tenun Toraja memiliki kualitas yang baik, terdiri dari bermacam-macam warna dan motif serta dapat di pesan khusus sesuai keinginan. Tetapi sampai saat ini kain tenun toraja belum memiliki nama dan logo. Untuk menyampaikan identitas dari pengrajin kain tenun, nama pengrajin dan logo adalah hal yang sangat penting supaya masyarakat dapat mengingat dan langsung mengenali hasil dari pengrajin di desa sa'dan. Dampak Pandemi Covid-19 masih terasa sampai saat ini dengan berkurangnya pengunjung yang datang ke Toraja khususnya ke desa Sa'dan untuk melihat dan membeli kain tenun dan berdampak pada penurunan penjualan yang sangat drastis. Akibat berkurangnya pengunjung, pengrajin/penjual kain tenun harus segera mencari solusi. Salah satu solusi adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi. Penjualan online saat ini menjadi solusi terbaik dan dikenal dengan *digital marketing*. Digital marketing adalah kegiatan yang memasarkan produk atau menjual secara online. Meskipun pandemi covid-19 sudah berlalu, teknik penjualan melalui *digital marketing* telah menjadi trend penjualan yang digunakan saat ini. Kelebihan menggunakan digital marketing memberikan keuntungan dari sisi promosi, modal, waktu dan kemudahan belanja. Sehingga hampir seluruh perusahaan bisnis saat ini baik besar maupun UMKM memiliki *digital marketing* atau *ecommerce*.

Bagi penjual, digital marketing menjadi media yang sangat efektif dalam mempromosikan barang. Harga barang menjadi lebih murah karena dapat memotong rantai penjualan, (Terttiaavini & Saputra, 2020). Penjual tidak perlu lagi menyediakan took yang besar untuk memamerkan produk kain tenunnya semua. Cukup untuk didokumentasikan lewat foto dan video saja. Hal ini memberikan dampak positif bagi para usaha kain tenun di desa Sa'dan. Permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan membangun *digital marketing*. Keterbatasan pengetahuan tentang bagaimana cara membuat *digital marketing* yang menguntungkan dengan memanfaatkan media sosial perlu dipelajari dikarenakan para pengrajin kebanyakan dari orang dewasa bahkan sudah tua sehingga kurang paham tentang teknologi khususnya digital marketing. Oleh karena itu, pelaksanaan PKM ini bertujuan untuk membantu meningkatkan *hardskill* dan *softskill* tentang penguasaan teori digital marketing untuk memasarkan kain tenun secara online yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan penawaran harga yang lebih terjangkau (murah). Manfaat dari kegiatan ini diharapkan *digital marketing* ini dapat diaplikasikan dan diterapkan oleh pengrajin kain sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan perekonomian masyarakat desa Sa'dan.

2. METODE

1. Persiapan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi pengrajin kain tenun dilaksanakan di lokasi tenun yaitu di desa Sa'dan. Metode pelaksanaan yang diterapkan pada kegiatan PKM ini adalah observasi, analisa kegiatan penjualan kain tenun dan pelatihan. Mempersiapkan apa yang dibutuhkan pengrajin.
2. Pelaksanaan
Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan tahap pengenalan tentang apa yang dimaksud dengan *Digital Marketing*, dan jenis-jenis digital marketing yang bisa digunakan, membuat gambar dan konten yang menarik, dan pembuatan *digital marketing* menggunakan Facebook ads dan Instagram. Edukasi ini diberikan tidak hanya bagi pengrajin tenun, namun melibatkan generasi muda yang lebih cepat dalam menerima teknologi baru, sehingga diharapkan dapat membantu para pengrajin kain tenun jika mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut.
3. Monitoring dan evaluasi
Kegiatan monitoring dilakukan setelah kegiatan pelatihan. Tim PKM terus mendampingi sampai aplikasi facebook ads atau intagram yang dibangun menerima order dari pembeli.

3. HASIL PEMBAHASAN

Memberikan Materi Singkat tentang Digital marketing dan pembuatan digital marketing

Pemberian materi diawal dengan menjelaskan secara singkat apa itu digital marketing dan jenis-jenisnya yang cocok untuk dipakai oleh pengrajin dalam memasarkan kain tenun buatan mereka. Jenis-jenis digital marketing yang cocok digunakan yaitu facebook, Instagram dan e-commerce. Selain

itu menjelaskan mengapa digital marketing itu sangat penting di era globalisasi saat ini. Yang terakhir menjelaskan bagaimana cara membuat konten/foto yang menarik untuk di masukan dalam digital marketing agar memberikan ketertarikan pada konsumen untuk membelinya.

Inovasi pemasaran diperlukan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar bagi pengrajin kain tenun desa Sa'dan. Untuk memberikan nilai jual pada kain tenun, maka di buat logo yang menggambarkan ciri khas kain tenun songket dari desa Sa'dan. Dalam pelatihan ini juga mengajarkan cara membuat logo, filosofi logo, akun Instagram dan facebook.



4. KESIMPULAN

Digital marketing merupakan rencana strategi untuk mengembangkan usaha yang mengalami masalah pemasaran produk. Minimnya pengetahuan dan kemampuan untuk memanfaatkan media sosial, menyebabkan fasilitas ini tidak digunakan secara maksimal oleh sebagian orang. PKM dilaksanakan di desa Sa'dan bagi pengrajin kain tenun. Pelatihan ini dievaluasi sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil dari pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta.

DAFTAR PUSTAKA

Angesti Dyan, Lupita Adventia, Hanifah, Rohmawati. 2022. Optimalisasi Strategi Digitak Marketing pada UMKM "Tenun Tradisional Manggarai".

Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2020). Analisa Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Produk Ukm Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (KB) Layang-Layang Palembang. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 697-703.

Syafitri, Irwanyani. 2019. Ternyata, Inilah Pengertian Online Shop, Manfaat Beserta Kelebihan dan Kekurangan Online Shop!. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-online-shop/diaksestanggal5Januari2021>