

PENERAPAN SISTEM PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN OMSET UMKM TAS ENDEK BULELENG

Oleh

I Gede Partha Sindu¹, Nyoman Sugihartini², Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi³

^{1,2}Program Studi Pendidikan Teknik Informatika FTK UNDIKSHA; ³Akuntansi Fakultas Ekonomi UNDIKSHA
Email: partha.sindu@undiksha.ac.id

ABSTRACT

Buleleng endek cloth is a traditional cloth from Buleleng which is familiar to the general public. The original endek fabric of Buleleng has its own characteristics compared to other regions. There are several motifs of Buleleng endek fabrics including: dobol motif, jumputan, plaid, wayang, lion, leaf, keplok/ceplok, dobol, rainbow, turtle, cegcegan, pot sungenge, and fringe motifs. One of the innovations produced by this P2M partner is the endek bag. Endek bag is a fashion bag made from Buleleng endek fabric. The results of this service are a website with the address <https://tasendekdiahmode.com>, a manual for using the website, as well as training and mentoring. The results of distributing questionnaires carried out during service activities to participants, namely: The material presented by the resource persons was very useful, obtaining a score of 91%. The material presented opened my insight about technological developments in the era of the industrial revolution 4.0, obtaining a percentage of 91%. Community service activities have increased my skills in making media and digital promotions, earning 80%. The community service activities that have been carried out by the Undiksha team have motivated me to continue to innovate in providing digital media for the promotion of the existence of the endek bag, earning 84% results. I hope, there are similar service activities to improve employee knowledge and skills in preparing media and digital promotions to get 84% results.

Keywords: Digital marketing, Buleleng SMEs, Endek bags

ABSTRAK

Kain endek Buleleng merupakan kain tradisional asal Buleleng yang sudah tidak asing lagi bagi khalayak umum. Kain endek asli Buleleng memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan daerah lain. Ada beberapa motif dari kain endek khas Buleleng diantaranya: motif dobol, jumputan, kotak-kotak, wayang, singa, daun, keplok/ceplok, dobol, pelangi, penyu, cegcegan, pot sungenge, dan motif pinggiran. Salah satu inovasi yang dihasilkan dari mitra P2M ini adalah tas endek. Tas endek merupakan tas fashion yang terbuat dari kain endek khas Buleleng. Adapun hasil pengabdian ini adalah website dengan alamat <https://tasendekdiahmode.com>, buku panduan penggunaan website, serta pelatihan dan pendampingan. Adapun hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan selama kegiatan pengabdian kepada peserta, yaitu: Materi yang disajikan oleh narasumber sangat bermanfaat memperoleh nilai sebesar 91%. Materi yang disampaikan membuka wawasan saya tentang perkembangan teknologi di era revolusi industri 4.0 memperoleh persentase sebesar 91%. Kegiatan pengabdian masyarakat telah menambah keterampilan saya dalam membuat media dan promosi secara digital memperoleh hasil sebesar 80%. Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh tim Undiksha telah memotivasi saya untuk terus berinovasi dalam menyediakan media digital untuk promosi keberadaan tas endek memperoleh hasil sebesar 84%. Saya harap, ada kegiatan pengabdian yang serupa untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menyiapkan media dan promosi digital memperoleh hasil sebesar 84%.

Kata kunci: pemasaran digital, UMKM Buleleng, Tas endek

PENDAHULUAN

Kain endek Buleleng merupakan kain tradisional asal Buleleng yang sudah tidak asing lagi bagi khalayak umum. Kain endek asli Buleleng memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan daerah lain. Ada beberapa motif dari kain endek khas Buleleng diantaranya: motif dobol, jumputan, kotak-kotak, wayang, singa, daun, keplok/ceplik kurung, dobol, dobol endek, pelangi, penyu, cegcegan, pot sungenge, and pinggiran (Wijana et al., 2017).

Pewarna yang digunakan juga masih alami, yakni dari alam, misalnya dari tumbuh-tumbuhan. Proses pembuatan kain endek Buleleng masih sangat tradisional, yakni masih menggunakan alat-alat ATBM (alat tenun bukan mesin), seperti cagcag, penggulung benang dari kayu, dan masih banyak lagi. Kain endek Buleleng biasanya digunakan untuk pakaian tradisional umat hindu saat melakukan upacara yadnya. Seiring dengan perkembangannya, kain endek Buleleng mulai dikembangkan menjadi kebutuhan fashion, misalnya digunakan sebagai baju kerja, rok dan busana untuk menghadiri pesta.

Seiring dengan perjalanan kain endek Buleleng, tidak selalu berjalan mulus. Hal ini juga dialami perkembangan kain endek di daerah lain yang ada di Bali seperti kain endek asli klungkung, Denpasar, karangasem dan lain-lain. Kain endek asli Buleleng juga terkadang mengalami penurunan penjualan. Seperti kondisi krisis yang diakibatkan oleh pandemic covid-19 saat ini. Oleh karena itu beberapa pengrajin kain endek Buleleng melakukan kerjasama dengan beberapa kreator yang bergerak dibidang fashion untuk mendongkrak penjualan kain endek Buleleng, yang bertujuan menghasilkan produk turunan kain tenun. Salah satunya adalah menghasilkan tas kain endek Buleleng.

Banyak tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan karena lesunya perputaran ekonomi yang disebabkan oleh rendahnya daya beli

masyarakat, maka tidak sedikit para pelaku usaha yang mulai banting setir untuk mempertahankan usahanya, seperti usaha garmen yang ditekuni Ibu Putu Yanti Pusparini. Usaha Ibu Putu telah berdiri beberapa tahun lalu. Selama ini beliau mempekerjakan 10 orang ibu rumah tangga yang memiliki kemampuan menjahit, bordir, tukang potong kain, tukang pasang payet dan lain-lain. Akibat pandemi covid-19, karyawan ibu Putu dipekerjakan dengan sistem sift (bergantian). Disamping untuk bisa menerapkan protokol kesehatan dengan ketat, juga karena lesunya orderan yang ada. Beberapa jenis produksi yang dihasilkan selama ini, yaitu: baju kerja berbahan endek (kain khas Bali), kain kebaya, gaun pengantin, dan lain-lain. Namun, semenjak tiga bulan terakhir, ibu Putu mulai mengembangkan kerajinan turunan kain endek yaitu tas endek khas Buleleng

Tas endek khas Buleleng yang dihasilkan oleh Ibu Putu memiliki ciri khas tersendiri, yakni berasal dari kain endek asli pengrajin Buleleng. Seperti yang telah diketahui khalayak umum, bahwasannya tas kain endek Buleleng memiliki berbagai kelebihan diantaranya: pewarnaan yang masih alami, motif menggambarkan filosofi kehidupan sejarah Buleleng, serta memiliki kualitas bahan benang yang sangat bagus.

Tas endek khas Buleleng yang dikembangkan oleh Ibu Putu memiliki berbagai ukuran, ada yang berukuran sedang, kecil dan besar. Tas yang dikembangkan juga ada yang dipadukan dengan beberapa motif lain seperti kulit, aluminium dan ada juga yang full endek. Kerajinan turunan kain endek yang dihasilkan oleh Ibu Putu belum dikenal oleh khalayak umum. Padahal tas ini memiliki kualitas yang sangat bagus serta design yang sangat cantik. Seharusnya kerajinan tas endek ini dapat dipasarkan lebih luas lagi bahkan bisa sampai ke tingkat internasional. Akan tetapi keterampilan tim pengrajin ini dalam

melakukan digital marketing, membuat proses penjualan tas ini masih dilakukan dengan cara konvensional, yakni menawarkan ke pelanggan-pelanggan yang terbiasa jarit baju ke tempat Beliau.

Melalui kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian berupaya membantu mitra dalam memasarkan kerajinan tas endek Buleleng menjadi lebih luas lagi. Ada beberapa kegiatan yang ditawarkan yaitu: membuat website, membuat toko online di marketplace ternama, Bekerja sama dengan vendor start up yang terbiasa melakukan eksporting barang. Berikut penjelasan detailnya.

1. Membuat website.

Pembuatan website bertujuan untuk menyimpan secara digital produk-produk yang dihasilkan (e-katalog), serta memasarkan lebih luas tas endek khas Buleleng, tanpa terbatas ruang dan waktu.

2. Membuat toko online di marketplace ternama.

Era digital sekarang ini, telah merubah gaya hidup masyarakat Indonesia dalam berbelanja. Berbelanja dengan Cara konvensional mulai ditinggalkan dan mulai beralih ke toko-toko digital atau yang trend disebut dengan marketplace. Salah satu marketplace ternama di Indonesia yang perkembangannya sangat pesat adalah Sophee.com. melalui penjualan di Sophee.com usaha Ibu Putu akan semakin luas dan omset dapat meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan mitra, ada beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi, pengrajin Tas endek Khas Buleleng endek yakni:

1. Pengrajin tas endek khas Buleleng yang digeluti oleh Ibu Putu belum melakukan pemasaran secara digital. Mitra belum memiliki pemahaman terkait pemasaran

digital, marketplace, website dan lain-lain.

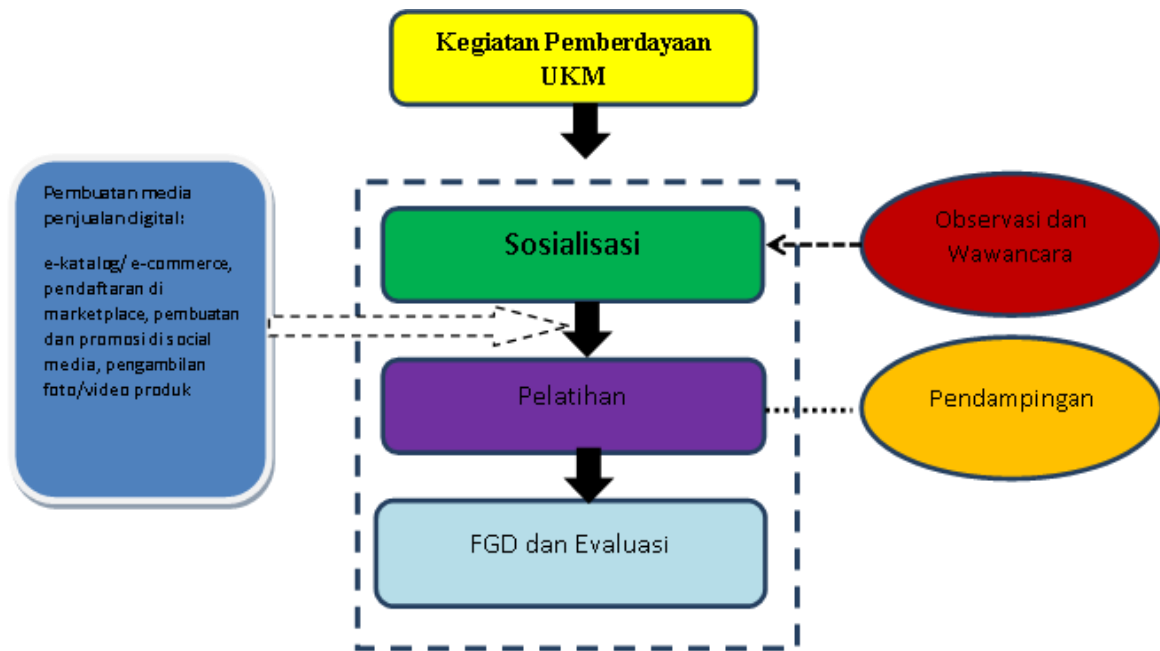
2. Di era pandemik covid 19 penjualan secara digital lebih efektif dan efisien. Namun disisi lain mitra tidak memiliki latar belakang IT serta tidak memiliki kemampuan dalam penjualan secara digital.
3. Usaha untuk melakukan peningkatan Omset penjualan masih dilakukan secara konvensional, yakni menitipkan barang dagangan di beberapa toko milik kerabat serta menawarkan secara langsung kepada customer.
4. Mitra belum memiliki katalog produk

Berdasarkan wawancara mendalam antara pihak mitra dengan tim pengabdian, maka adapun tujuan kegiatan pengabdian ini adalah:

- 1) Memperluas jangkauan penjualan melalui penjualan secara digital tas endek khas Buleleng
- 2) Memperluas pemasaran melalui merancang dan mengimplementasikan website sebagai media promosi dan penjualan secara online tas endek khas Buleleng.
- 3) Meningkatkan omset penjualan secara online tas endek khas Buleleng.

METODE

Untuk membantu mitra (pengrajin Tas endek Khas Buleleng) dalam mengatasi permasalahan yang sudah dijabarkan dalam Pendahuluan, maka diperlukan beberapa metode yang akan digunakan dalam kegiatan



Gambar 1. Metode pengabdian

Pemberdayaan UKM. Berdasarkan analisis situasi dan wawancara mendalam yang telah dilakukan, maka metode yang disepakati dalam kegiatan ini dapat dilihat pada gambar

Adapun penjelasan metode yang digambarkan adalah sebagai berikut.

1) Sosialisasi

Menyampaikan tujuan dan manfaat kegiatan secara umum, pengenalan beberapa luaran yang akan dihasilkan dalam kegiatan seperti: Pembuatan media digital: e-katalog/e-commerce, pendaftaran di marketplace, pembuatan account untuk promosi di sosial media.

2) Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilakukan di rumah mitra, meliputi: pengenalan dan penggunaan website, user manual sistem website, marketplace, social media.

3) Pendampingan

Pendampingan dilakukan di tempat mitra. Bertujuan untuk latihan lanjutan terkait materi pada saat kegiatan pelatihan. Hal-hal yang kurang dipahami saat kegiatan pelatihan bisa dilakukan pada saat kegiatan pendampingan.

4) FGD dan Evaluasi

Dilakukan di tempat mitra. Bertujuan untuk: (1) membahas masalah-masalah yang dihadapi oleh mitra perlu didiskusikan lebih mendalam guna mengantisipasi hambatan yang tidak diinginkan, (2) melakukan evaluasi secara menyeluruh terkait kegiatan pemberdayaan UKM.

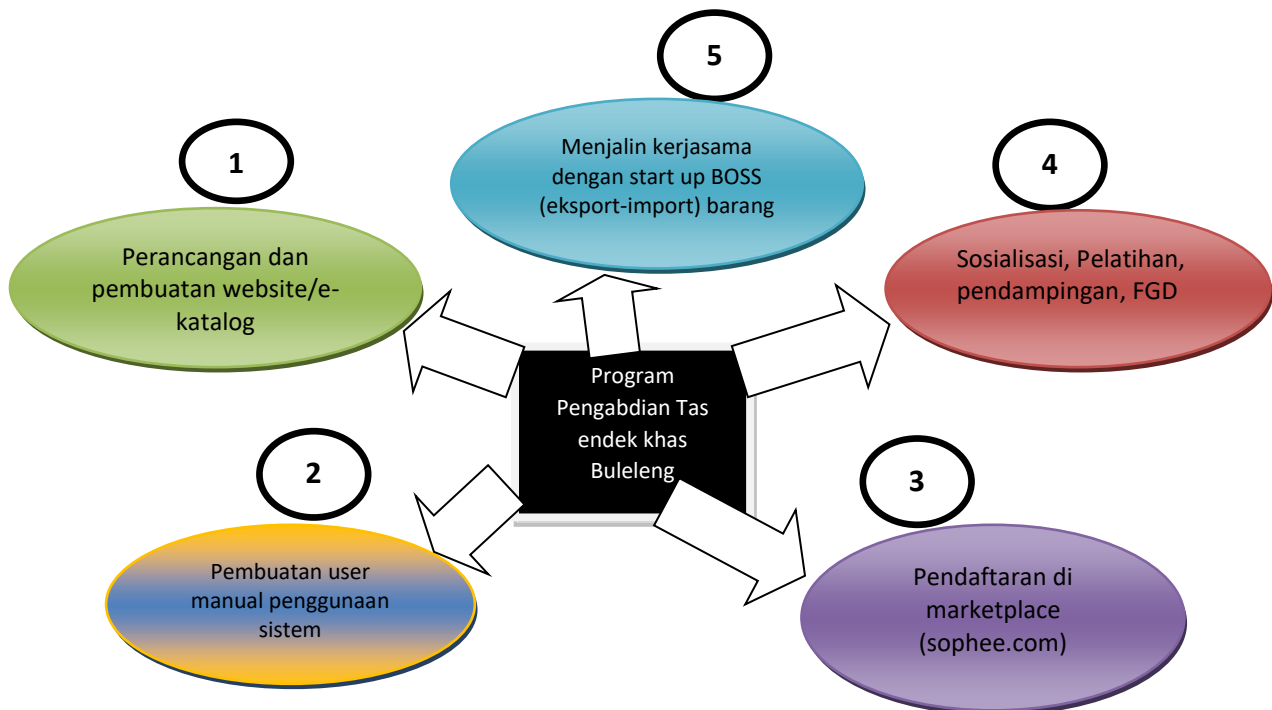


Gambar 2. Tempat Mitra

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kondisi empiris dan hasil wawancara mendalam yang dilakukan oleh tim Pengabdian terhadap mitra, maka adapun solusi permasalahan yang hendak

diselesaikan selama pelaksanaan program pengabdian dapat dilihat pada gambar

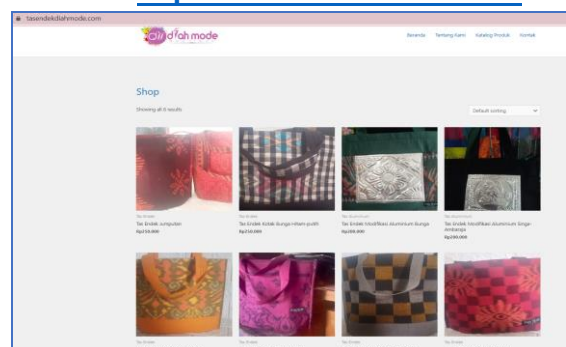


Gambar 3. Metode pelaksanaan

Adapun penjabarannya secara detail sebagai berikut.

1. Perancangan dan pembuatan website/e-katalog Meningkatkan IPTEKS pendukung produksi, manajemen produksi, serta manajemen pemasaran melalui penguatan manajemen produksi dan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pemanfaatan TIK sangat memegang peranan penting dalam peningkatan daya saing UKM (Rahmana, 2009). Permasalahan akan ketidakmampuan pengrajin dalam membuat media pemasaran yang bagus, seperti brosur ataupun website. Penjualan melalui website menjadi solusi untuk meningkatkan omset usaha (Armstrong, 2016). Media informasi berupa brosur dan website ini akan sangat bermanfaat guna menjalin komunikasi dengan calon konsumen tidak hanya tingkat Buleleng,

tingkat provinsi Bali bahkan bisa tingkat nasional atau internasional. E-katalog adalah sistem informasi elektronik yang memuat daftar, jenis, spesifikasi teknis dan harga Barang/Jasa tertentu (LKPP, 2015). Katalog produk adalah alat publikasi yang digunakan perusahaan sebagai cara untuk mempromosikan produk. Website Tas Endek Diahmode merupakan website yang dipergunakan untuk mempromosikan produk tas hasil karya dijah mode dan dapat diakses melalui laman <https://tasendekdiahmode.com>.



Gambar 4. Website mitra

Pengguna website dibagi menjadi 2 level, yaitu: administrator dan *user*. Administrator memiliki tugas untuk memasukan daftar produk yang akan dijual kedalam sistem, sedangkan *user* dapat melihat daftar produk untuk membelinya.

2. Pembuatan user manual penggunaan sistem website. Bertujuan sebagai acuan mitra untuk menggunakan website seperti: update data barang, yang meliputi: menambah data barang, editing, menghapus dan lain-lain.
3. Pembuatan *account* sosial media Bertujuan untuk mempromosikan produk melalui media social seperti: facebook, instagram dan lain-lain, juga untuk memperkenalkan situs resmi (web) pengrajin agar semakin sering dikunjungi konsumen.
4. Sosialisasi, Pelatihan, pendampingan Bertujuan untuk memberikan informasi kepada pengrajin tentang luaran-luaran ataupun strategi-strategi berbisnis di era digital. Kemudian membimbing pengrajin untuk mengoperasikan website sesuai dengan user manual yang dibuat.
5. FGD terkait dengan manajemen bisnis, bisnis plan, teknik pemasaran digital. Focus Group Discussion bertujuan untuk mengajak mitra berbincang-bincang secara mendalam untuk melatih serta memikirkan arah pengembangan usahanya, seperti pengembangan marketing, strategi penjualan, promosi, tips dan trik yang bertujuan untuk meningkatkan omset usaha (Alexandria, 2018), sehingga alur pengembangan usahanya menjadi jelas dan terukur.

Beberapa kegiatan dokumentasi dari kegiatan P2M tas endek dapat dilihat pada beberapa gambar dibawah ini.



Gambar 5. Kegiatan di Tempat Pelatihan

Berdasarkan hasil analissi angket yang sudah disebarakan kepada peserta pelatihan yang terdiri dari pemilik dan pegawai pengrajin tas endek memperoleh hasil sebagai berikut. Materi yang disajikan oleh narasumber sangat bermanfaat memperoleh nilai sebesar 91%. Materi yang disampaikan membuka wawasan saya tentang perkembangan teknologi di era revolusi industri 4.0 memperoleh persentase sebesar 91%. Kegiatan pengabdian masyarakat telah menambah keterampilan saya dalam membuat media dan promosi secara digital memperoleh hasil sebesar 80%. Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh tim Undiksha telah memotivasi saya untuk terus berinovasi dalam menyediakan media digital untuk promosi tas endek memperoleh hasil sebesar 84%. Saya harap, ada kegiatan pengabdian yang serupa untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menyiapkan media dan promosi digital memperoleh hasil sebesar 84%.

Hasil dari salah satu tas endek Buleleng dapat dilihat pada gambar dibawah ini (gambar 6).



Gambar 6. salah satu tas endek Buleleng

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini didanai oleh DIPA Undiksha tahun 2022 dengan nomor kontrak 392/UN48.16/PM/2022 sehingga pada kesempatan ini tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Pendidikan Ganesha sehingga tim pengabdian dapat membantu pengrajin tas endek yang berlokasi di Buleleng. Tim pengabdian juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas pendidikan Ganesha, Kepala LPPM Undiksha, Kepala Desa Sembiran atas segala dukungan moril serta fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dalam pelaksanaan kegiatan P2M ini, maka dapat disimpulkan bahwa secara eksplisit kegiatan yang sudah dilakukan ini telah memberikan kontribusi yang sangat baik bagi karyawan selaku mitra dalam kegiatan ini. Kegiatan ini berjalan selama 8 bulan, dengan menggunakan beberapa metode untuk mencapai target yang diinginkan dalam penelitian ini diantaranya adalah sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan FGD dan evaluasi. Ada beberapa luaran yang telah dihasilkan dalam P2M ini yaitu: buku manajemen pembukuan, bisnis plan mitra, website tas endek diah mode (<https://tasendekdiahmode.com>), buku manual penggunaan website.

DAFTAR RUJUKAN

- Kompas, 2020. Riset: Pakai Masker Kurangi Penularan Covid-19 Sampai 75 Persen. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/05/20/10707520/riset-pakai-masker-kurangi-penularan-covid-19-sampai-75-persen?page=all>. (diakses tanggal 29 juli 2020)
- Sari, Fitri Rahayu. 2020. Efektivitas Penggunaan Masker Kain dalam Mencegah Covid-19. <https://primayahospital.com/paru/masker-kain-corona/> (diakses tanggal 29 juli 2020)
- LKPP. 2019. <http://www.lkpp.go.id/v3/> (diakses tanggal 29 juli 2020)
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa (modul 1). <http://repository.ut.ac.id/4848/1/EKMA4568-M1.pdf> (diakses tanggal 29 juli 2020)
- Rudiantoro, Rizki dan Sylvia Veronica Siregar. 2012. KUALITAS LAPORAN KEUANGAN UMKM SERTA PROSPEK IMPLEMENTASI SAK ETAP. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia Vol 9, No 1 (2012). <http://jaki.ui.ac.id/index.php/home/article/view/141> (diakses tanggal 29 juli 2020)
- Alexandria. 2018. Definisi Rencana Bisnis. <https://www.finansialku.com/membuat-rencana-bisnis-atau-business-plan/> (diakses tanggal 29 juli 2020)
- Rahmana, Arif. 2009. Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya saing Usaha Kecil Menengah (UMKM). Widyatama Repository. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2108> (diakses tanggal 29 juli 2020)
- Armstrong, Gary dan Philip Kotler. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. E-book: materi perkuliahan. <http://kundang.weblog.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/sites/99/2016/03/MATE>

[RI-4-KUL-ONLINE2016.pdf](#) (diakses
tanggal 29 juli 2020)