

Optimalisasi Strategi Digital Marketing Pada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”

**Dyan Angesti (1), Adventina Lupita Jehomo (2), Rohmawati Hanifah (3),
Kandida Junita Harum (4), Qanitah (5), Ika Frida Oktaviani (6), Fibrina
Rizqiyyah (7), Muhammad Fawaid (8)**

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 Program Studi S1 Administrasi Rumah Sakit STIKES Yayasan RS Dr.
Soetomo

Email : dyan_angesti@stikes-yrsds.ac.id

ABSTRAK

UMKM Tenun Tradisional Manggarai merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha kain tenun di Desa Orong, Kecamatan Welak, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur yang juga mengalami penurunan penjualan sebagai dampak dari pandemi Covid19. Oleh sebab itu solusi yang diberikan adalah Optimalisasi Strategi Digital Marketing pada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”. Permasalahan berikutnya adalah pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” dalam memasarkan produknya masih tradisional dari mulut ke mulut dan stand di depan rumah masing-masing, sehingga pada pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) memberikan pelatihan Optimalisasi Strategi Digital Marketing pada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” dan bagaimana mengoperasikan Media Sosial sebagai media pemasaran kepada pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” secara daring dan luring. Metode pelaksanaan pelatihan dibagi menjadi tiga tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Tahap persiapan berupa observasi dan instalasi, tahap pelaksanaan berupa pelatihan mengoperasikan aplikasi, dan tahap evaluasi berupa penyebaran wawancara kepada pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” untuk mengetahui kebermanfaatannya dari pelatihan. Hasil dari tahap evaluasi diperoleh bahwa pelatihan Optimalisasi Strategi Digital Marketing pada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”.

Kata kunci : Optimalisasi, Digital Marketing, tenun tradisional

ABSTRACT

Small and Medium Enterprise (SME) “Traditional Weaving Manggarai” is one of the businesses engaged in woven fabrics in Orong Village, Welak District, West Manggarai Regency, East Nusa Tenggara. The Covid-19 pandemic made a major decline in their business. Another problem was they have used traditional marketing technique by word of mouth as well as opening stand in front of their homes. To increase their sales, The Community Service (PkM) gave them some training on Optimizing Digital Marketing Strategies for SME "Traditional Weaving Manggarai" through Social Media as a marketing tools. This training held online and offline. The method of implementing the training was divided into three stages, the preparation stage, the implementation stage, and the evaluation stage. The preparation stage was about observation and installation, the implementation stage was in the form about how to operate the application, and the evaluation stage was about find out the benefits of the training by interviewing the SME "Traditional Weaving Manggarai". The results of the evaluation stage showed that the training on Optimizing Digital Marketing Strategies for SME "Traditional Weaving Manggarai" was very beneficial for them.

Keywords: Optimization, Digital Marketing, traditional weaving

PENDAHULUAN

Kondisi pandemi Covid-19 yang tak kunjung menurun selama kurun waktu yang cukup lama berdampak langsung pada sektor ekonomi di Indonesia secara keseluruhan. Pelaku usaha dan industri mengalami penurunan, termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Tenun Tradisional Manggarai. Penurunan penjualan dan menurunnya kemampuan daya beli masyarakat tidak dapat dihindari lagi. UMKM Tenun Tradisional Manggarai adalah salah satu UMKM yang memproduksi kain tenun tradisional terletak di Desa Orong, Kecamatan Welak, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur yang juga mengalami penurunan penjualan sebagai dampak dari pandemi Covid19. Penjualan merupakan usaha yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan impian akan mendapatkan laba dari transaksi- transaksi tersebut dan penjualan bisa diartikan sebagai mengalihkan atau memindahkan hak kepemilikan atas barang atau jasa (Mulyadi, 2016).

Selama ini penjualan pada UMKM Tenun Tradisional Manggarai masih dilakukan secara konvensional produknya masih tradisional dari mulut ke mulut dan stand toko di depan rumah masing-masing. Toko merupakan pasar kecil, yang berisi kegiatan berupa transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli (Sigit, 2010). Oleh sebab itu solusi yang diberikan adalah Optimalisasi Strategi Digital Marketing pada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”. Permasalahan berikutnya adalah mengajarkan strategi marketing dan mengoperasikan Media Sosial sebagai media pemasaran kepada pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” secara daring dan luring. Strategi marketing yang digunakan dengan pendekatan 7P dari teori Kotler dan Keller yaitu Product, Price, Place, People, Promotion, Process dan Physical Evidence

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) diikuti oleh pemilik dan pegawai UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”. Sedangkan untuk pelaksana PkM meliputi dosen STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo dan mahasiswa S1 Administrasi Rumah Sakit STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo. PkM dilaksanakan secara daring dan tatap muka. Metode yang digunakan dalam PkM adalah pelatihan dengan ceramah dan demonstrasi.

Kegiatan PkM dibagi menjadi 3 (tiga) tahap, yaitu :

1. Tahap Persiapan

Pelaksana PkM melakukan observasi dan wawancara secara daring dan luring di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksana PkM melakukan pemecahan masalah pemasaran dengan Optimalisasi Strategi Digital Marketing di UMKM berpedoman pada teori strategi pemasaran 7P serta pelatihan mengoperasikan Media Sosial sebagai media pemasaran kepada pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” secara daring dan luring.

3. Tahap Evaluasi

Pelaksana PkM melakukan wawancara dengan pemilik tentang kebermanfaatannya pelaksanaan PkM di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang ada di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” yaitu menurunnya penjualan dimasa pandemi Covid 19 serta kurang optimalnya strategi pemasaran yang dilakukan selama ini. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka solusi yang ditawarkan adalah Optimalisasi Strategi Digital Marketing di UMKM berpedoman pada teori strategi pemasaran 7P. Permasalahan berikutnya adalah pelatihan mengoperasikan Media Sosial sebagai media pemasaran kepada pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” secara daring dan luring.

Kegiatan PkM dibagi menjadi tiga (3) tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

1. Tahap Persiapan

- a. Pelaksana PkM melakukan observasi dan wawancara secara daring dan luring di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”.
- b. Mengumpulkan data dan informasi terkait Tenun Tradisional Manggarai

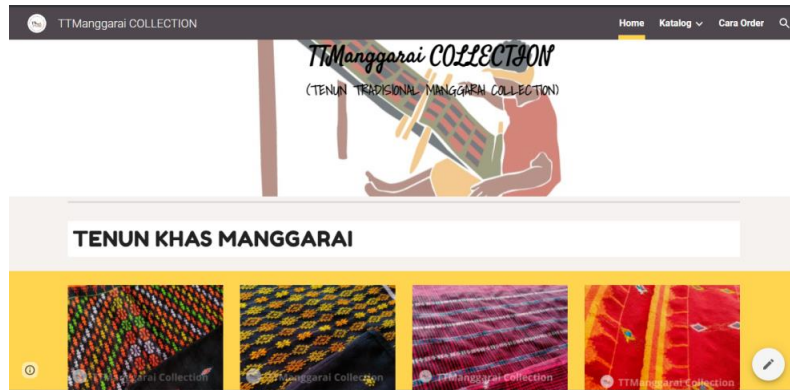
2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksana PkM melakukan beberapa kegiatan, diantaranya:

- a. Optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran

1) Pembuatan Website

Pembuatan website ini dilaksanakan pada tanggal 30 Januari 2021 dengan menggunakan Google Site. Website ini dibuat dengan nama TTManggarai COLLECTION. Nama website dan media social lainnya diperoleh setelah dilakukan diskusi dengan narasumber dan atas persetujuan narasumber. Link website TTManggarai COLLECTION yaitu <https://sites.google.com/view/ttm-collection/home>. Dengan keberadaan Media website diharapkan pemasaran produk dapat mudah ditemukan di pencarian Google sehingga banyak orang mengetahui dan mendapatkan informasi dari usaha narasumber.



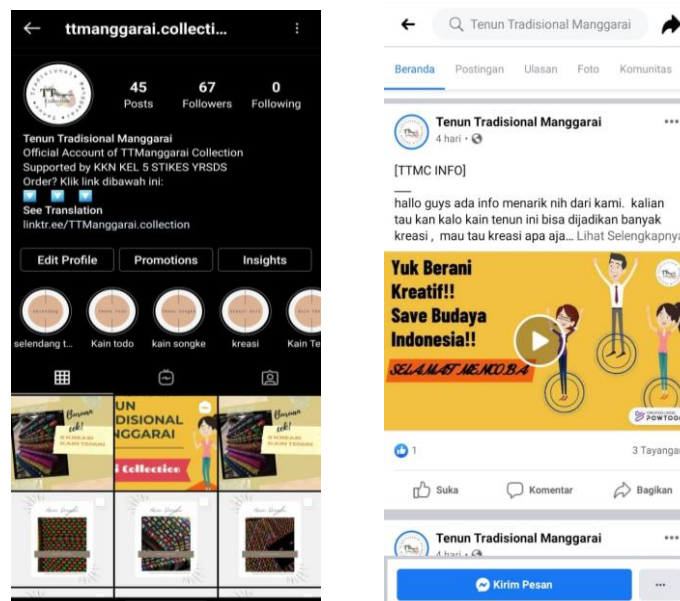
Gambar 1 Website TTManggarai COLLECTION

2) Instagram dan Facebook

Media sosial yang banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam memasarkan usahanya yaitu Instagram dan Facebook. Penggunaan yang mudah dan penyebaran yang cepat menjadi alasan utama penggunaan Instagram dan Facebook sebagai media pemasaran. Media sosial yang digunakan dalam pemasaran produk UMKM yaitu Instagram dan Facebook. Pembuatan Instagram dan Facebook dilakukan pada tanggal 1 Februari 2021. Instagram dan Facebook ini diatur saling terkait dan terhubung. Jadi ketika mengupload postingan di Instagram otomatis akan terupload juga di Facebook. Username yang kami gunakan untuk Facebook yaitu Tenun Tradisional Manggarai dan untuk Instagram yaitu @ttmanggarai.collect. Berikut link Instagram dan Facebook TTManggarai COLLECTION :

Instagram: <https://www.instagram.com/ttmanggarai.collection?r=nametag>

Facebook: <https://www.facebook.com/Tenun-Tradisional-Manggarai-100165662111200/>

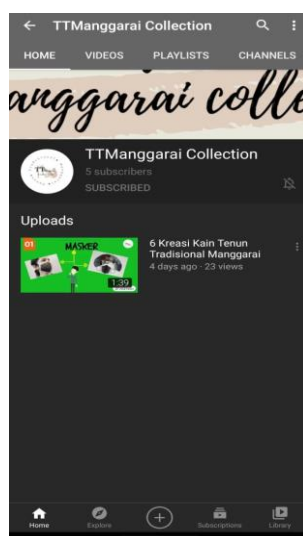


Gambar 2 Instagram dan Facebook TTManggarai COLLECTION

3) Youtube

Selain Website, Instagram dan Facebook, dalam PkM ini juga menggunakan media youtube dengan nama TTManggarai COLLECTION. Pembuatan Youtube ini dilakukan pada tanggal 1 Februari 2021. Harapannya dengan pemakaian Youtube yaitu banyak kalangan yang dapat melihat video budaya kain tenun tradisional manggarai dan membujuk customer agar membeli produk narasumber.

Berikut link Youtube TTManggarai COLLECTION:
<https://youtube.com/channel/UCISqByJ7h0YrBm8Dbs6Nd-Q>



Gambar 3 Youtube TTManggarai COLLECTION

4) Pembuatan logo

Pembuatan logo ini dilakukan pada tanggal 1 Februari 2021. Tujuan penggunaan logo ini yaitu menjadi pembeda dengan usaha lainnya. Selain itu dengan adanya logo dapat mudah dikenali customer dan harapannya narasumber dapat memakai logo ini di kemasan produk. Berikut logo dari TTManggarai COLLECTION :



Gambar 4 Logo TTManggarai COLLECTION

5) Pengisian konten Website, Instagram, Facebook dan Youtube

Tahap selanjutnya setelah pembuatan Website, Instagram, Facebook dan Youtube yaitu membuat dan mengisinya dengan konten-konten yang dapat menarik minat customer untuk membeli produk narasumber.

a. Website

Konsep website TTManggarai Collection yaitu penjualan produk sekaligus edukasi guna menambah informasi customer terkait produk narasumber. Menyikapi hal tersebut maka konten yang disajikan dalam Website TTManggarai COLLECTION yaitu pengenalan kain tenun dan usaha narasumber, pemanfaatan kain tenun, cara merawat kain tenun, kreasi kain tenun manggarai, dan katalog produk yang dijual oleh TTManggarai COLLECTION. Selain itu dalam website juga dilengkapi dengan cara order yang langsung terhubung dengan Whatsapp narasumber. Website ini tidak hanya menjual kain tenun songke dan todo dari seorang pengrajin namun seluruh pengrajin yang ada di Manggarai, tetapi TTManggarai COLLECTION juga menjual kain tenun songke dan todo serta selendang songke dan todo dari penjual lain. Harapannya website ini dapat menjadi sebuah pasar yang terdiri dari perkumpulan pelaku usaha tenun dari Manggarai.

b. Instagram dan Facebook

Instagram dan Facebook lebih difokuskan pada penjualan produk. Selain itu juga memberikan beberapa video edukasi. Postingan Instagram dan Facebook berupa katalog foto-foto kain tenun dan selendang yang dijual. Dilengkapi dengan caption yang memberikan fakta menarik terkait kain tenun, spesifikasi produk, harga guna mengajak customer untuk membeli produk narasumber. Video yang kami sajikan diantaranya 6 kreasi tenun tradisional manggarai, proses pembuatan kain tenun, wawancara dengan narasumber terkait proses produksi kain tenun. Dalam kegiatan PkM ini juga memanfaatkan fitur story untuk memberikan gambaran produk, cara order dan format order. Agar customer tetap mengetahui informasi yang disajikan melalui story, maka dibuat highlight di Instagram.

c. Youtube

Untuk konten Youtube difokuskan pada promosi produk dengan memberikan gambaran proses pembuatan kain tenun, wawancara dengan narasumber terkait proses produksi kain tenun, dan 6 kreasi kain tenun tradisional Manggarai.

6) Pembuatan kreasi kain tenun

Kain tenun tradisional manggarai ini tidak hanya dapat digunakan sebagai bahan untuk membuat baju. Banyak kreasi-kreasi yang dapat dihasilkan melalui kain tenun ini. Dalam pelaksanaannya, PkM ini kami mengajak pengrajin membuat kreasi kain tenun menjadi selendang, masker, tas, dan bandana. Selain itu, pembuatan masker, tas dan bandana juga ditujukan guna memberikan rekomendasi atau ide kepada UMKM

7) Pelatihan narasumber

Setelah melaksanakan kegiatan pembuatan media sosial, dan pengisian konten, maka dalam PkM diadakan pelatihan pada UMKM. Pelatihan ini terkait dengan

pengelolaan media sosial dalam pemasaran produk. Topic bahasnya yaitu cara pengelolaan website (mulai dari input data, mengedit tampilan website dan menghubungkan website dengan whatsapp untuk pemesanan), penggunaan Instagram dan Facebook (mulai dari posting foto dan video, upload story, membuat highlight dan menghubungkan Instagram dengan Facebook) serta penggunaan Youtube (cara mengupload video dan mengganti header). Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Jumat, 12 Februari 2021 melalui Media Zoom Meeting yang dihadiri oleh narasumber dan anaknya sebagai pengoperasi sosial media. Fasilitas yang kami berikan kepada UMKM yaitu **“modul pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk”**. Dengan adanya modul, harapan kami narasumber dapat mempelajari lebih lanjut ilmu pemasaran secara online yang telah diberikan.

3. Tahap Evaluasi

Setelah dilaksanakan pelatihan, maka pelaku UMKM diminta mengisi kuesioner. Hasil dari pengolahan data kuesioner diperoleh bahwa PkM yang dilaksanakan di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM.

DAMPAK DAN MANFAAT

Dampak dari pelaksanaan PkM di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” adalah pergeseran metode penjualan hasil dari UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” yang semula hanya bersifat konvensional dalam bentuk toko menjadi *hybrid* yaitu stand toko dan *online* dengan memanfaatkan secara optimal media sosial sebagai sarana pemasaran. Dengan adanya kegiatan PkM di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” diharapkan UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” semakin dikenal dalam jangkauan masyarakat yang sangat luas bahkan mendunia. Dampak dan manfaat lainnya adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM untuk mengoperasikan media sosial dan youtube UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”. PkM di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” merupakan inovasi dari dosen dan mahasiswa STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo untuk menyelesaikan permasalahan penurunan penjualan akibat pandemi Covid19 di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”.

SIMPULAN

Adapun simpulan dari PkM Optimalisasi Strategi Digital Marketing di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”:

1. Kegiatan PkM dibagi menjadi tiga (3) tahap yaitu :
 - a. Tahap Persiapan, berupa observasi dan wawancara secara daring dan luring di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”.
 - b. Tahap Pelaksanaan, berupa pemecahan masalah pemasaran dengan Optimalisasi Strategi Digital Marketing di UMKM berpedoman pada teori strategi pemasaran 7P serta pelatihan mengoperasikan Media Sosial sebagai media pemasaran kepada pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” secara daring dan

- luring.
- c. Tahap Evaluasi, berupa wawancara dengan pemilik tentang kebermanfaatan pelaksanaan PkM di UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”.
 2. Materi PkM meliputi: Pembuatan Website, Instagram, Facebook dan Youtube sebagai media pemasaran, pembuatan LOGO, pengisian konten Website, Instagram, Facebook dan Youtube, Pembuatan kreasi kain tenun serta pelatihan mengoperasikan Media Sosial sebagai media pemasaran kepada pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai” secara daring dan luring dengan menggunakan Modul pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk
 3. Hasil evaluasi diperoleh bahwa kegiatan PkM sangat bermanfaat untuk pelaku UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dosen dan mahasiswa sebagai pelaksana PkM mengucapkan terima kasih kepada UMKM “Tenun Tradisional Manggarai”, Ketua dan semua Wakil Ketua STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo, Ketua Program Studi S1 Administrasi Rumah Sakit, Kepala Bidang Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPM) STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo, dan semua pihak yang sudah membantu memfasilitasi pelaksanaan kegiatan PkM ini, sehingga memberikan kemudahan bagi pelaksana PkM.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi. 2016. Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat
- Syafitri. Irwanyani. 2019. Ternyata, Inilah Pengertian Online Shop, Manfaat Beserta Kelebihan dan Kekurangan Online Shop!.
<https://www.nesabamedia.com/pengertian-online-shop/> diakses tanggal 5 Januari 2021
- Sugiar. Yogi. 2014. Komputer Si Mesin Pintar. Bandung: OASEBUKU