

**PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA
E-COMMERCE PADA PENGRAJIN TAPIS LAMPUNG
DI DESA RAJABASA LAMA KECAMATAN LABUHAN RATU
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Ermanita Permatasari
(gainzkahandoko@gmail.com)

Siti Kholijah
(kholijahsiti14@gmail.com)

Siti Fatimah
(sitifatimah241089@gmail.com)
(STAI Darussalam Lampung)

ABSTRAK

Tapis cloth is a traditional clothing of the Lampung tribe in the form of a sarong made of woven cotton yarn with motifs such as natural, flora and fauna motifs. Tapis cloth is made of woven cotton yarn with a willing motif or decoration, silver thread or gold thread with an embroidery system. The materials used are sanwos or woven fabrics, cotton threads and gold or silver threads, and pempek. Community Service Activities carried out by the STAI Darussalam PKM Team in Lampung were carried out in Rajabasa Lama Village, Labuhan Ratu District, East Lampung Regency, which is one of the typical Lampung filter fabric craftsman villages that still uses traditional manufacturing techniques. Which so far, is still marketed traditionally at a fairly low price. This causes less than optimal marketing. The research approach used in this community service is participation-based research known as Participatory action research (PAR). Community Service Activities, starting from FGDs, Training and Assistance in the Utilization of E-Commerce, which are carried out are not only limited to carrying out one of the Tridharma of Higher Education, but together with community groups can provide the widest possible benefits to the community, namely the results of filter crafts from the village. Rajabasa Lama can be better known by the wider community so that it can increase sales results and can contribute to improving the community's economy.

Keywords : Lampung filter cloth, E-Commerce, community's economy

A. PENDAHULUAN

Kain Tapis merupakan pakaian Adat Suku Lampung berbentuk kain sarung yang dibuat dari tenunan benang kapas dengan motif-motif seperti motif alam, flora dan fauna. Kain Tapis terbuat dari tenun benang kapas dengan motif atau hiasan bahan sudi, benang

perak atau benang emas dengan system sulam. Bahan yang digunakan adalah kain sanwos atau tenun, benang katun dan benang emas atau perak, dan pembedang.¹

Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur, merupakan salah satu desa pengrajin kain tapis khas lampung yang masih menggunakan teknik pembuatan secara tradisional. Sejauh ini, pengrajin kain tapis di Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur belum mendapat perhatian khusus dari pihak aparaturnya pemerintah daerah terkait pemasaran kain tapis.

Selain itu, jauhnya jarak tempuh dari Desa Rajabasa Lama menuju pusat kota terbilang cukup jauh sehingga membuat pengrajin hanya memasarkan produknya pada warga sekitar dengan harga yang cukup rendah. Hal ini menyebabkan pemasaran kurang maksimal. Penjualan dengan metode tradisional masih belum mampu memberikan hasil yang diharapkan sehingga penjualan kain tapis masih sangat sedikit dan keuntungan pengrajinpun masih belum mampu meningkatkan penghasilannya.²

Masih minimnya pemahaman mitra terhadap pemanfaatan teknologi informasi untuk melakukan pemasaran online. Padahal pemasaran online melalui media sosial dan lapak jual beli online mampu memperluas pangsa pasar tidak hanya pada tingkat desa dan kecamatan akan tetapi bisa menjangkau pada tingkat nasional bahkan internasional. Dengan internet memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk dapat memasarkan produk atau jasa dengan lebih luas.³

Merujuk pada masalah diatas, maka solusi yang akan dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah dengan memberikan Pendampingan dan Pelatihan Pemanfaatan media pemasaran online kepada mitra supaya pemasarannya lebih luas dan penghasilannya meningkat. Selain itu juga bisa mengenalkan kain tapis Lampung Desa Rajabasa Lama pada skala nasional.

B. METODE PENDAMPINGAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah penelitian berbasis partisipasi yang dikenal dengan istilah *Participatory action research* (PAR). Pada awalnya, Metode PAR dikembangkan oleh seorang psikolog yang bernama Kurt Lewin

¹ Tim Indonesia Exploride / Indonesia Kaya.2012. Kain Tapis, <https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/kain-tapis>, diakses pada tanggal 20 maret 2022

² Wong J. 2010. "Internet Marketing For Beginners". Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

³ Jauhari, J. 2010. "Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce". Jurnal Sistem Informasi, 2 (1)

pada pertengahan Tahun 1900an yang kemudian dikembangkan oleh Paulo Freire seorang filosof dibidang Pendidikan sebagai kritikan terhadap model Pendidikan tradisional yang menempatkan seorang guru sebagai sumber dan otoritas utama pengetahuan.⁴

Menurut Chambers, PAR merupakan metode yang diangkat dari tradisi kearifan local (*local wisdom*) yang menjadi dasar paradigma ilmu pengetahuan kualitatif. PAR berangkat dari asumsi yang menekankan pada pentingnya proses sosial dan keterlibatan kolektif dalam merumuskan apa yang disebut dengan “kasus yang saat ini terjadi” dan implikasi perebuahannya yang dianggap bermanfaat oleh orang yang sedang berada dalam situasi tersebut.⁵

Participatory Action Research merupakan salah satu model penelitian yang mencari sesuatu untuk menghubungkan proses penelitian ke dalam proses perubahan sosial. Perubahan sosial yang dimaksud adalah bagaimana dalam proses pemberdayaan dapat mewujudkan tiga tolak ukur, yakni adanya komitmen bersama dengan masyarakat, adanya local leader dalam masyarakat dan adanya institusi baru dalam masyarakat yang dibangun berdasarkan kebutuhan. Penelitian ini membawa proses penelitian dalam lingkaran kepentingan orang dan menemukan solusi praktis bagi masalah bersama dan isu-isu yang memerlukan aksi dan refleksi bersama, dan memberikan kontribusi bagi teori praktis.

Participatory Action Research melibatkan pelaksanaan penelitian untuk mendefinisikan sebuah masalah maupun menerapkan informasi ke dalam aksi sebagai solusi atas masalah yang telah terdefinisi. Menurut Yoland Wadworth pada dasarnya *Participatory Action Research* (PAR) adalah penelitian yang melibatkan semua pihak yang relevan dalam meneliti secara aktif secara bersama-sama tindakan saat ini (yang mereka alami sebagai masalah) dalam rangka untuk mengubah dan memperbaikinya. Mereka melakukan hal ini dengan merenungkan secara kritis historis, politik, budaya, ekonomi, geografis dan konteks lain yang memahaminya.⁶

⁴“Participatory Action Research (PAR),” *LBH Jakarta* (blog), October 25, 2013, <https://bantuanhukum.or.id/participatory-action-research-par/>.

⁵ R. - Chambers, *PRA Partisipatif Rural Appraisal, Memahami Desa Secara Partisipatif*, Robert Cha, bers, n.d.

⁶ P. Reason, and H. Bradbury, *The Sage Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice*. (California: Sage, 2008), 1.

Secara prinsip, PAR adalah metode riset yang membutuhkan keterlibatan aktif semua pihak yang memiliki sumber daya untuk mengkaji tindakan yang sedang terjadi dan bertujuan untuk melakukan perubahan dan perbaikan menuju arah yang lebih baik. Tahapan PAR dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan sosial yang sedang dihadapi masyarakat saat ini, analisis terhadap akar permasalahan sosial, merupakan pintu masuk untuk menemukan solusi-solusi untuk memecahkan masalah yang ada.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Tim PKM STAI Darussalam Lampung dilaksanakan Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur sebagai Desa yang hampir 60 % penduduknya merupakan suku Asli Lampung, dengan subjek dampingan yaitu salah satu Kelompok UMKM Pengrajin Tapis di Desa tersebut yaitu Kelompok Tapis WAWAY Desa Rajabasa Lama. Pendampingan dilaksanakan selama kurun waktu 3 (Tiga) yaitu dari bulan Maret sampai dengan Mei 2022.

Berdasarkan permasalahan prioritas yang harus ditangani, maka strategi yang akan digunakan pada pengabdian masyarakat ini adalah Pertama, dengan melakukan FGD (*Focus Group Discussion*) untuk menggali permasalahan serta potensi yang ada pada kelompok UMKM Tapis Waway di Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur.

Kemudian Kedua, dilanjutkan dengan memberikan pelatihan bagaimana memanfaatkan Media Sosial dan Media E-Commerce dalam memasarkan produk-produk dari kelompok UMKM, serta Ketiga, ditindak lanjuti dengan membantu pemasaran kain tapis milik kelompok mitra dengan cara mendampingi kelompok dalam memanfaatkan media pemasaran online dengan media sosial seperti *Instagram, Facebook*, lapak jual beli *online* menggunakan aplikasi *shopee dan toko pedia*.

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.⁷

⁷ Kotler, Philip, 2002, "Manajemen Pemasaran", Pearson Education Asia, Pte. Ltd dan PT Prenhallindo, Indonesia.

E-Commerce marketing merupakan praktik penggunaan promosi untuk meningkatkan *traffic* ke dalam toko *online* dengan mengkonversi *traffic* tersebut menjadi transaksi pembelian oleh konsumen, dan menjaga mereka untuk tetap kembali ke toko *online* jika ingin membeli produk yang sebelumnya sudah pernah konsumen beli.

Strategi pemasaran *E-Commerce* yang baik terdiri dari taktik pemasaran yang juga baik di dalam atau di luar *website*. Strategi pemasaran yang sehat dapat membantu untuk membangun kesadaran *brand*, mendorong loyalitas *customer*, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan *online*.

Strategi pemasaran yang dapat digunakan bagi para penjual dengan menggunakan *E-Commerce* yaitu, (1) Kenali pelanggan, (2) Melakukan promosi secara terus-menerus, (3) Menerapkan SEO, (4) Mengutamakan pelanggan, (5) Memanfaatkan media sosial untuk promosi.





C. PEMBAHASAN

Kegiatan Pendampingan dan Pelatihan Pemanfaatan media *e-commerce* pada pengrajin tapis lampung di Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur, merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan sebagai wujud dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan Pendampingan dan pelatihan kepada masyarakat Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur bagaimana melakukan pemasaran tidak hanya secara klasik yaitu jual beli secara offline, akan tetapi juga mulai memasarkan produknya secara online dengan memanfaatkan media sosial serta media e-commerce.

Perkembangan website *E-Commerce* dengan cepat merubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Semula harus keluar rumah untuk membeli barang, sekarang hanya perlu menggerakkan jari tangan sambil duduk santai dan barang akan datang ke rumah pembeli. Tentu hal ini merupakan contoh nyata dari implementasi transformasi digital.⁸

E-Commerce merupakan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen membeli dan menjual barang melalui internet. Alasan mengapa periklanan pada *E-Commerce* berkembang demikian pesat, yang pertama adalah iklan dapat diupdate setiap waktu dengan biaya minimal, oleh karena itu iklan-iklan di internet selalu bisa tampil baru. Iklan bisa menjangkau pembeli dalam jumlah besar dalam skala global. Ketiga, iklan online lebih terjangkau dibandingkan iklan televisi, koran atau radio. Selanjutnya, iklan pada *E-Commerce* dapat secara efisien menggunakan konvergensi teks, audio, grafik dan animasi.⁹ Media *E-Commerce* memiliki manfaat yang sangat banyak baik bagi Penjual maupun bagi pembeli. Bagi Penjual Media *E-Commerce* memberikan manfaat diantaranya Jangkauan lebih luas, Pengurangan biaya operasi, Jam buka sepanjang hari, Kecepatan time-to-market, Biaya komunikasi/koordinasi lebih rendah, Meningkatkan hubungan dengan konsumen, Pengurangan Harga Produk, Tidak harus membayar pajak/biaya usaha fisik, serta Tidak dikenakan pajak penjualan.

Selain bagi penjual, Media *E-Commerce* juga memberikan manfaat yang cukup banyak bagi pembeli, diantaranya dapat belanja kapan saja & dimana saja, Lebih banyak pilihan produk dan jasa, Menghemat waktu, Harga lebih murah, pengiriman cepat, Informasi lebih akurat, Ketersediaan Informasi, serta Pembelian barang lintas wilayah. Dengan adanya berbagai keuntungan e-commerce, maka sangat disarankan bagi para pelaku usaha untuk memanfaatkan *E-Commerce* sebagai media pemasaran di era pandemi ini.

⁸ "Manfaat E-Commerce Untuk Membantu Perkembangan Bisnis dan Bagaimana Cara Membuat E-Commerce Sesuai Tren Pasar | Softwareseni," <https://www.softwareseni.co.id/>, accessed May 26, 2022, <https://www.softwareseni.co.id/blog/manfaat-e-commerce>.

⁹ PT VIVA MEDIA BARU- VIVA, "Pemanfaatan E-commerce sebagai Media Pemasaran di Era Pandemi," January 13, 2021, <https://www.viva.co.id/vstory/opini-vstory/1339290-pemanfaatan-e-commerce-sebagai-media-pemasaran-di-era-pandemi>.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat, mulai dari FGD, Pelatihan dan Pendampingan Pemanfaatan *E-Commerce* yang dilakukan oleh kelompok PKM STAI Darussalam Lampung tidak hanya sebatas melaksanakan salah satu Tridharma Perguruan Tinggi, akan tetapi bersama-sama dengan kelompok masyarakat dapat memberikan manfaat yang seluas-luasnya terhadap masyarakat yaitu hasil kerajinan tapis dari desa Rajabasa Lama dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan serta dapat turut andil dalam peningkatan ekonomi masyarakat.

Pada penerapan *E-commerce* terhadap produk Tapis Lampung ini perlu pendampingan secara intensif, masyarakat dalam hal ini adalah kelompok UMKM perlu diberikan wawasan untuk mempertahankan kualitas produk karena berhubungan terhadap kepercayaan pembeli, memberikan informasi lengkap dan cepat, keterbukaan terhadap informasi dari pelanggan dan adanya kupon dan diskon bagi pelanggan tetapnya.

Transparansi informasi pengiriman produk, trace keberadaan barang yang dikirimkan dan kerjasama yang baik antara penjual dan pembeli harus terjaga dengan baik. Kewaspadaan terhadap penipuan secara online juga merupakan informasi yang perlu diberikan pada masyarakat pelaku usaha pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

Pemanfaatan Media sosial dan Media *E-Commerce* untuk Optimalisasi Pemasaran Produk di Era Digital Bagi Usaha Dagang Kelompok Tapis Waway telah selesai dilakukan. Beberapa indikator capaian program pengabdian telah diperoleh, mulai dari pembuatan dan penggunaan kemasan produk, pembuatan akun media sosial dan interface *E-commerce*.¹⁰ Proses pemasaran produk berjalan cukup baik yang ditunjukkan dengan adanya penambahan jumlah pengunjung pada akun media sosial setelah 2 (*dua*) bulan Pemasaran terus dilakukan dengan memanfaatkan media-media sosial lainnya.

Sehingga diakhir pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini Kelompok UMKM Tapis Waway memahami peluang usaha secara online, dapat bersaing dengan sehat, mendapat kepercayaan dari pelanggannya serta peningkatan penghasilan.

¹⁰ Pahrizal Pahrizal, Dwita Deslianti, and Anisya Sonita, "Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Dagang Kopi Api Te Sako, Rejang Lebong, Bengkulu," *JPMTT (Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Terbarukan)* 1, no. 1 (July 20, 2021): 40–43.

D.KESIMPULAN

Dari kegiatan Pendampingan dan Pelatihan Pemanfaatan media *e-commerce* pada pengrajin tapis lampung di Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur yang telah dilakukan oleh tim PKM STAI Darussalam Lampung selama kurang-lebih 3 (*Tiga*) bulan di Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur, membuat masyarakat lebih memahami bahwa Media *E-Commerce* memiliki manfaat yang sangat banyak baik bagi Penjual maupun bagi pembeli.

Dan dengan kegiatan Pengabdian masyarakat ini diharapkan bahwa hasil kerajinan tapis dari desa Rajabasa Lama dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan serta dapat turut andil dalam peningkatan ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Tim Indonesia Exploride / Indonesia Kaya.2012. Kain Tapis, <https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/kain-tapis>, diakses pada tanggal 20 maret 2022- Chambers, R. *PRA Participaty Rural Appraisal, Memahami Desa Secara Partisipatif*, Robert Cha. Bers., n.d.
- <https://www.softwareseni.co.id/>. "Manfaat E-Commerce Untuk Membantu Perkembangan Bisnis dan Bagaimana Cara Membuat E-Commerce Sesuai Tren Pasar | Softwareseni." Accessed May 26, 2022. <https://www.softwareseni.co.id/blog/manfaat-ecommerce>.
- LBH Jakarta. "Participatory Action Research (PAR)," October 25, 2013. <https://bantuanhukum.or.id/participatory-action-research-par/>.
- Jauhari, J. 2010. "Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce". *Jurnal Sistem Informasi*, 2 (1)
- Kotler, Philip, 2002, "Manajemen Pemasaran", Pearson Education Asia, Pte. Ltd dan PT Prenhallindo, Indonesia.
- P. Reason., and H. Bradbury, *The Sage Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice*. (California: Sage, 2008), 1.
- Pahrizal Pahrizal, Dwita Deslianti, and Anisya Sonita, "Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Dagang Kopi Api Te Sako, Rejang Lebong, Bengkulu," *JPMTT (Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Terbarukan)* 1, no. 1 (July 20, 2021): 40-43.
- Viva, Pt Viva Media Baru-. "Pemanfaatan E-commerce sebagai Media Pemasaran di Era Pandemi," January 13, 2021. <https://www.viva.co.id/vstory/opini->

vstory/1339290-pemanfaatan-e-commerce-sebagai-media-pemasaran-di-era-pandemi.

Wong J. 2010. "Internet Marketing For Beginners". Jakarta: PT. Elex Media Komputindo