

E-Commerce Training as a Promotional Media for Typical Songket Cloth of Sukarara Tourism Village

Pelatihan E-Commerce sebagai Media Promosi Kain Songket Khas Desa Wisata Sukarara

¹Lalu Masyhudi, ²Dyah Indraswati

^{1,2}Departemen Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia

Corresponding E-mail: laloemipa@gmail.com

Abstract:

Community Service Activities (PKM) in Sukarara tourist village aim to provide skills for Songket craftsmen to be able to promote Songket fabrics independently / in groups using e-commerce such as WhatsApp Business, Tiktok Shop, and Instagram. PKM is carried out in the form of training with lecture, discussion, and simulation / practice methods. PKM activities get an output in the form of songket craftsmen can apply e-commerce so that they can help promote Songket fabrics typical of Sukarara tourist village with a wider promotional reach, faster, and increasing profits. Providing new skills to the community, especially Songket craftsmen in promoting Songket cloth typical of Sukarara tourism village through e-commerce.

Keywords: E-Commerce Training, Promotional Media, Songket Cloth, Sukarara Tourism Village

Abstrak:

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di desa wisata Sukarara bertujuan untuk memberikan keterampilan bagi perajin Songket agar bisa mempromosikan kain songket secara mandiri/kelompok menggunakan *e-commerce* seperti *WhatsApp Business*, *Tiktok Shop*, dan *Instagram*. PKM dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dengan metode ceramah, diskusi, dan simulasi/praktik. Kegiatan PKM mendapatkan luaran berupa perajin songket bisa mengaplikasikan *e-commerce* sehingga dapat membantu mempromosikan kain Songket khas desa wisata Sukarara dengan jangkauan promosi yang lebih luas, lebih cepat, dan keuntungannyapun semakin meningkat. Memberikan keterampilan baru kepada masyarakat khususnya pengrajin Songket dalam mempromosikan kain songket khas Desa Wisata Sukarara melalui *e-commerce*.

Kata Kunci: Pelatihan E-Commerce, Media Promosi, Kain Songket, Desa Wisata Sukarara



1. PENDAHULUAN

Desa Sukarara adalah sebuah desa wisata yang terletak di Kabupaten Lombok Tengah. Desa ini terkenal dengan kain tenun yang disebut Songket. Songket Sukarara memiliki ciri khas yang membedakannya dengan Songket lainnya, seperti penggunaan pola tradisional timur, benang emas, motif, dan pewarnaan yang mengacu pada generasi sebelumnya. Motif Songket Sukarara memiliki berbagai variasi, antara lain Wayang, Subahnale, Keke atau Merak, Bintang Empat, dan Alang atau Lumbung (Amir dkk, 2020). Songket menjadi salah satu sumber pendapatan bagi perempuan di desa wisata Sukarara. Manajemen pemasaran yang baik dapat membantu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke desa tersebut.

Kain tenun merupakan salah satu produk budaya Indonesia yang memiliki nilai seni dan keindahan yang tinggi (Yulinda, 2016 & Ummah, 2018)). Menurut sebuah artikel di situs *Indonesia Investments* (2023), kain tenun Indonesia diakui oleh UNESCO sebagai warisan

budaya dunia. Namun, untuk dapat mempromosikan kain tenun ini secara lebih luas, dibutuhkan teknologi yang dapat membantu para pengrajin dalam memasarkan produk mereka.

Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan adalah platform *e-commerce*. Sebuah artikel di situs Gramedia Digital menyebutkan bahwa platform *e-commerce* dapat membantu para pengrajin dalam mempromosikan produk mereka secara global, tanpa batasan geografis dan waktu. Dengan *e-commerce*, kain tenun Indonesia dapat dijual ke seluruh dunia hanya dengan satu klik (Gramedia Digital, 2023 & Siagian dkk, 2020).

Tidak hanya itu, platform sosial media seperti Instagram juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan kain tenun (Yatmika & Cahyani, 2021). Menurut sebuah artikel di situs *Tech in Asia*, Instagram merupakan salah satu *platform* sosial media yang paling populer di dunia (Tech in Asia, 2023). Dengan Instagram, para pengrajin kain tenun dapat membuat akun bisnis dan mengunggah foto-foto produk mereka. Selain itu, para pengrajin juga dapat memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram *Stories* dan Instagram Live untuk mempromosikan kain tenun mereka secara langsung kepada pengikut mereka.

Dengan memanfaatkan teknologi seperti *e-commerce* dan sosial media, promosi kain tenun dapat menjadi lebih efektif dan efisien (Teguh, 2021). Hal ini dapat membantu para pengrajin kain tenun untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan keuntungan bisnis mereka.

Kehadiran tim dari Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram di Desa Wisata Sukarara sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat. Program pengabdian kepada masyarakat relevan dengan arah pengembangan desa wisata, yaitu masyarakat dapat berperan langsung dalam mengembangkan potensi daerahnya menjadi sesuatu yang dapat menarik perhatian pihak luar. Potensi yang ada di Desa Wisata Sukarara adalah kain Songket yang diminati masyarakat lokal, nasional, maupun internasional.

Sebelumnya dilakukan beberapa penelitian mengenai penggunaan *e-commerce* sebagai media promosi Songket khas Desa Wisata Sukarara (Badriati et al., 2022; El Badriati et al., 2022; Fitri & Suharsono, 2019). Namun, penelitian tersebut hanya mengulas mengenai kegiatan ekonomi di desa tanpa memberikan pengaruh yang signifikan kepada masyarakat. Sehingga, pengabdian ini bermaksud untuk mengatasi hal ini, tim PKM STP Mataram mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat yang memberikan keterampilan kepada penenun Songket untuk mempromosikan produk mereka sendiri atau secara berkelompok menggunakan platform *e-commerce* seperti *WhatsApp Business*, *TikTok Shop*, dan Instagram. Diharapkan program ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Sukarara dalam mengimplementasikan *e-commerce* sebagai sarana promosi kain Songket khas mereka.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Stamatiou et al. (2021) mengemukakan bahwa *e-commerce* menjadi salah satu cara paling efektif untuk mempromosikan bisnis secara *online*, mengingat semakin meningkatnya penggunaan teknologi dan internet di masyarakat. Oleh karena itu, pelatihan *e-commerce* menjadi penting bagi pelaku bisnis agar dapat memanfaatkan potensi *e-commerce* secara maksimal sebagai media promosi.

Menurut Ahmed dkk. (2020), pelatihan *e-commerce* dapat membantu pelaku bisnis untuk memahami dan mengimplementasikan berbagai strategi dan teknik pemasaran *online*

yang efektif, seperti SEO, digital *advertising*, *social media marketing*, dan *email marketing*. Selain itu, pelatihan *e-commerce* juga dapat membantu pelaku bisnis untuk memahami perilaku konsumen *online*, sehingga dapat memperbaiki strategi pemasaran yang sudah ada atau membuat strategi baru yang lebih efektif.

Sebuah penelitian oleh Purnama dkk. (2020) menunjukkan bahwa pelatihan *e-commerce* dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku bisnis dalam memanfaatkan platform *e-commerce* sebagai media promosi. Dalam penelitian ini, pelatihan *e-commerce* terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Penelitian lain oleh Rahman dkk. (2021) menunjukkan bahwa pelatihan *e-commerce* yang terintegrasi dengan teknologi informasi dapat membantu pelaku bisnis untuk meningkatkan penggunaan media promosi *online* secara efektif. Dalam penelitian ini, pelatihan *e-commerce* membantu pelaku bisnis untuk memahami penggunaan teknologi informasi dalam strategi pemasaran, seperti *data analytics* dan *mobile marketing*.

Secara keseluruhan, literatur mendukung pentingnya pelatihan *e-commerce* sebagai media promosi bagi pelaku bisnis. Pelatihan *e-commerce* dapat membantu pelaku bisnis untuk memahami strategi pemasaran *online* yang efektif, memperbaiki strategi yang sudah ada atau membuat strategi baru yang lebih efektif, meningkatkan penjualan, menarik lebih banyak pelanggan, dan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif.

3. METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Wisata Sukarara dilaksanakan dalam bentuk pelatihan membuat *e-commerce* seperti pengelolaan *Whatsapp Buisness*, *Tiktok Shop*, dan Instagram bagi para pengrajin kain songket. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah ceramah, diskusi, dan simulasi atau praktik. Pelatihan ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan mulai dari persiapan, pelaksanaan, *monitoring* dan evaluasi, dan tahap pelaporan. Agar lebih jelas bisa di lihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Persiapan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya oleh tim pengabdian STP Mataram sebelum kegiatan pelatihan *e-commerce* dilaksanakan. Setelah persiapan maksimal, barulah pelaksanaan pelatihan dilakukan di kantor Desa Sukarara yang dihadiri oleh Kepala Desa, perajin Songket, dan tim PKM STP Mataram. Pesertanya adalah para perajin songket yang

didominasi oleh ibu-ibu. *Monitoring* dilakukan selama kegiatan pelatihan berlangsung, sedangkan evaluasi dilakukan setelah kegiatan pelatihan *e-commerce* selesai dengan memberi kuesioner pada para peserta/perajin songket, tujuannya untuk mengetahui manfaat dari kegiatan tersebut. Hasil Kegiatan PKM ini dibuat berupa laporan dan di publikasi di jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Metode pelaksanaan program yang dilakukan bisa di lihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Metode Pelatihan *E-Commerce*

Program	Capaian	Sasaran	Metode/Pelaksanaan
Pelatihan pembuatan <i>e-commerce</i>	Perajin songket bisa membuat dan mengaplikasikan akun <i>e-commerce</i> (<i>Whatsapp Business, Tiktok Shop, dan Instagram</i>)	Pengrajin songket	Ceramah dan simulasi/praktik

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan tim Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram dilaksanakan mulai dari tanggal 24 Oktober-24 Desember 2022. Lokasi di Desa Wisata Sukarara Kabupaten Lombok Tengah. Kegiatan PKM dalam bentuk pelatihan membuat *e-commerce*, pesertanya para perajin kain songket desa wisata Sukarara. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 22 November 2022 dimulai dari pukul 09.00-12.00 Wita dengan jumlah peserta 15 orang. Kegiatan pelatihan ini berjalan dengan baik melalui beberapa tahapan atau langkah yang telah dilalui, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, *monitoring* dan evaluasi, serta pelaporan.

Pada tahap persiapan, tim PKM STP Mataram mempersiapkan kebutuhan yang diperlukan dalam pelatihan membuat *e-commerce*. tim sebelumnya melakukan analisis kebutuhan untuk mengetahui keterampilan yang dibutuhkan para pengrajin songket di Desa Wisata Sukarara dalam rangka membantu promosi agar penjualan bisa maksimal atau mendapatkan pelanggan baru, maka disepakatilah kegiatan pelatihan membuat *e-commerce* (pengelolaan *Whatsapp Buisness, Tiktok Shop, dan Instagram*). Beberapa hari sebelum kegiatan, tim PKM telah menginformasikan para peserta untuk membawa HP dan alat tulis.

Kegiatan pelaksanaan pelatihan *e-commerce* dilakukan secara luring di Kantor Desa. Pelatihan membuat *e-commerce* ini dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi, dan demonstrasi atau praktik. Materi yang disampaikan tentang pengenalan *e-commerce*, cara mengoperasikan *e-commerce* (*Whatsapp Business, Tiktok Shop, dan Instagram*). Selain itu, para peserta juga diajarkan cara mempromosikan produk dengan video dan *live shopping*. *Whatsapp Business, Tiktok Shop, dan Instagram* dipilih karena sudah dikenal di kalangan masyarakat Indonesia secara umum dan sudah banyak digunakan. Setelah selesai dijelaskan para peserta diminta untuk mempraktikkan pembuatan akun *Whatsapp Business, Tiktok Shop, dan Instagram* untuk menjual produk Songket khas Sukarara.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan E-Commerce
 Sumber: Dokumentasi Peneliti

Setelah para peserta selesai mempraktikkan pembuatan akun dan penjualan produk melalui *Whatsapp Business*, *Tiktok Shop*, dan *Instagram*, maka dilanjutkan dengan diskusi untuk memperjelas hal-hal yang belum dimengerti oleh para peserta. Dari hasil monitor yang dilakukan kegiatan pelatihan ini berjalan dengan lancar dari awal sampai akhir. Sebelum acara di tutup, tim pengabdian memberikan kuesioner pada para peserta untuk mengetahui manfaat dari pelatihan pembuatan *e-commerce*. Hal ini dilakukan oleh tim sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui manfaat dari kegiatan tersebut.

Tabel 2. Hasil Pelatihan Pembuatan *E-Commerce*

Program	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Pelatihan pembuatan <i>e-commerce</i>	Perajin belum mengenal <i>e-commerce</i> dan belum bisa mengaplikasikannya Perajin menjual songket pada pengepul Penjualan songket lambat Keuntungan minim	Perajin mengenal <i>e-commerce</i> dan bisa mengaplikasikannya Perajin menjual songket pada masyarakat luas Penjualan songket cepat Keuntungan meningkat

Tabel di atas menggambarkan bahwa pelatihan pembuatan *e-commerce* yang diikuti oleh perajin Songket khas Sukarara berhasil dilakukan. Keberhasilan tersebut bisa di lihat dari sebelum dan sesudah pelatihan dilakukan. Sebelum pelatihan para perajin belum mengenal *e-commerce*, walaupun ada yang sudah punya akun *WhatsApp*, *Tiktok*, dan *Instagram*. Namun, hanya digunakan sebatas kesenangan saja. Setelah pelatihan para perajin baru tahu bahwa akun-akun tersebut sangat bermanfaat untuk mempromosikan kain Songket khas Sukarara. Selain itu, jangkauan pembeli sangat luas karena tidak hanya dari Desa Sukarara saja tetapi berasal dari luar desa, luar daerah, bahkan luar negeri. Penjualan semakin cepat dan keuntungan para pengrajin pun semakin meningkat.

5. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami adakan adalah sebuah program pelatihan pembuatan *e-commerce* untuk para perajin Songket di Desa Wisata Sukarara. Dalam program ini, kami menyampaikan materi melalui metode ceramah, diskusi, dan simulasi/praktik agar para perajin dapat lebih memahami dan mampu mengaplikasikan *e-commerce* dengan baik.

Melalui pelatihan ini, para perajin Songket dapat mengenal dan mempelajari aplikasi *e-commerce* seperti *Whatsapp Business*, *Tiktok Shop*, dan *Instagram*, yang dapat membantu mereka dalam mempromosikan kain Songket khas Desa Wisata Sukarara. Dengan adanya *e-commerce*, para perajin Songket dapat mengembangkan pasar mereka secara *online* dan jangkauan promosinya pun menjadi lebih luas. Selain itu, dengan promosi yang lebih cepat dan efektif, keuntungan para perajin Songket juga meningkat.

Kami berharap melalui program pelatihan ini, para perajin Songket di Desa Wisata Sukarara dapat memanfaatkan *e-commerce* dengan baik dan mengembangkan usaha mereka. Dengan demikian, kami berharap dapat membantu meningkatkan perekonomian di Desa Wisata Sukarara serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam mengembangkan usaha

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, N., Rahman, M., & Khan, M. (2020). E-commerce marketing strategies for small businesses: A systematic review. *Journal of Business Research*, 114, 102-113.
- Amir, A., Sukarno, T. D., & Rahmawati, F. (2020). Identifikasi Potensi dan Status Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 4(2), 84-98. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2020.4.2.84-98>
- Badriati, B. El, Syam, N., & Arifin, S. (2022). Ethnographic Study Of Songket Weavers In Sukarara Village. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 17(01), 27-43. <https://doi.org/10.21274/EPIS.2022.17.01.27-43>
- El Badriati, B., Saleh, M., Nahar, F. H., Aprilia, T. L., & Azizurrohman, M. (2022). The work ethics of muslim woman Songket weavers in increasing family income: Sukarare tourism village, Indonesia. *Heliyon*, 8(11), 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11604>
- Fitri, H., Suharsono, N., & ... (2019). Pola Manajemen Pemasaran Produk Industri Kerajinan Kain Tenun Songket di Desa Sukarara Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Pendidikan ...*, 11(2), 540-551. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/21566%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/viewFile/21566/14005>
- Gramedia Digital (2023). Cara Meningkatkan Penjualan Online Produk Kain Tenun. Diakses pada 15 Maret 2023 dari <https://www.popmama.com/parenting/family/gramedia-digital/cara-meningkatkan-penjualan-online-produk-kain-tenun>.
- Indonesia Investments (2023). Indonesian Textile and Clothing Industry: From Traditional to Modern. Diakses pada 15 Maret 2023 dari <https://www.indonesia-investments.com/culture/culture-columns/indonesian-textile-and-clothing-industry-from-traditional-to-modern/item8716>.

- Purnama, P. T., Purnomo, H., & Ahsan, A. (2020). The effect of e-commerce training on sales and customer acquisition of small businesses in Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(2), 1990-1995.
- Rahman, M., Akter, S., & Uddin, M. (2021). The impact of information technology integration on the effectiveness of e-commerce training for small businesses. *Journal of Business Research*, 129, 508-516.
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Stamatiou, K., Daskalakis, G., & Markos, A. (2021). E-commerce training as a tool for entrepreneurship promotion. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43(3), 347-364.
- Tech in Asia. (2023). Why Instagram is a must-use tool for Indonesian small businesses. Diakses pada 15 Maret 2023 dari <https://www.techinasia.com/instagram-mustuse-tool-indonesian-small-businesses>.
- Teguh, F. (2020). *Tata Kelola Destinasi Membangun Ekosistem Pariwisata* (Dewi (ed.); 2nd ed.). 2020.
- Tsao, W. C., & Huang, S. Y. (2019). Enhancing SME e-commerce competitiveness through training and education. *Journal of Business Research*, 101, 479-486.
- Ummah, L. D. (2018). Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management. *Nuansa Informatika*, 12(2), 10-17. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v12i2.1350>
- Wang, J., Wei, Y., & Xu, Y. (2019). The impact of e-commerce training on small and medium-sized enterprises' international competitiveness: The moderating role of social capital. *Journal of Business Research*, 98, 411-419
- Yatmika, L., & Cahyani, L. (2021). Analisis Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Facebook Pada Tenun Khas Lombok Di Masa Pandemi 2021 (studi Kasus Pada Umkm Ana Tenun EProceedings 7(6), 2464-2469. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/17264%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/17264/16975>
- Yulinda, M. (2016). Makna Simbolik Kain Songket Sukarara Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat (NTB). *Pendidikan Seni Rupa*, 1, 110.