

Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Digital Berbasis Konten Kreatif Untuk Pengrajin Sasirangan Sei. Jingah Banjarmasin Kalimantan Selatan Tahun 2024

Aditheia Saputra Perdana¹, Ulul Albab², Muhammad Yusuf³, M. Ersandi F⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Banjarmasin, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Aditheia Saputra Perdana

E-mail: aditheia_sp@umbjm.ac.id

Abstrak

UMKM Sasirangan di Kampung Sei. Jingah, Banjarmasin, menghadapi tantangan dalam pemasaran digital. Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan kemampuan para pengrajin melalui pelatihan dan pendampingan pemasaran digital berbasis konten kreatif dengan metode penyuluhan dan pendampingan door-to-door (D2D) yang melibatkan sosialisasi, pembuatan konten kreatif, serta konsultasi langsung di lokasi pengrajin. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pengrajin dalam pemasaran digital, termasuk penggunaan platform jual-beli online, perancangan strategi pemasaran yang efektif, serta pembuatan konten promosi dalam bentuk video dan poster yang menarik. Pelatihan ini juga memberikan pemahaman kepada pengrajin tentang pentingnya waktu dalam strategi pemasaran digital dan meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya pemasaran digital untuk memperluas jangkauan konsumen. Secara keseluruhan, pelatihan ini berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital pengrajin kain Sasirangan di Kampung Sei. Jingah.

Kata kunci - Pengabdian, UMKM, Kain sasirangan, Pemasaran Digital, Konten kreatif, Pelatihan, Pendampingan

Abstract

The Sasirangan MSMEs in Kampung Sei. Jingah, Banjarmasin, face challenges in digital marketing. This community service program aims to enhance the artisans' skills through training and assistance in creative content-based digital marketing using an outreach and door-to-door (D2D) mentoring method, which includes socialization, creative content creation, and direct consultations at the artisans' locations. The training results showed an increase in the artisans' understanding and skills in digital marketing, including the use of online selling platforms, the design of effective marketing strategies, and the creation of promotional content in the form of attractive videos and posters. This training also helped artisans understand the importance of timing in digital marketing strategies and raised their awareness of the importance of digital marketing for expanding consumer reach. Overall, this training significantly contributed to enhancing the digital marketing capabilities of Sasirangan artisans in Kampung Sei. Jingah.

Keywords - Community service, UMKM, Sasirangan cloth, Digital marketing, Creative content, Training, Assistance.

PENDAHULUAN

Industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Kain Sasirangan merupakan produk khas Kalimantan Selatan yang tidak hanya mencerminkan budaya lokal tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Namun, banyak pengrajin Sasirangan, khususnya di wilayah Sei. Jindah, Banjarmasin masih menghadapi berbagai kendala dalam memasarkan produk sasirangan. Kendala tersebut meliputi keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas, kurangnya pemanfaatan teknologi digital, serta minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam strategi pemasaran digital berbasis konten kreatif.

Kampung Wisata Pengrajin Sasirangan Kelurahan Sei. Jindah merupakan jaringan Kota Pusaka Banjarmasin. Secara historis, kawasan ini adalah kawasan kampung banjar yang kaya akan keberagaman seni dan budaya. Salah satu yang bertahan saat ini adalah seni pembuatan kain Sasirangan yang merupakan kain tradisional khas Banjar. Saat ini terdapat 24 pengrajin dengan skala produksi dari kecil hingga menengah. Beberapa pengrajin sudah memiliki keunikan tersendiri pada kain Sasirangan yang dihasilkan, baik dari segi motif maupun bahan pewarna yang digunakan. Akan tetapi keunikan tersebut belum mampu dinarasikan, sehingga motif yang dihasilkan belum tersampaikan secara jelas kepada penggunanya.

Walaupun dikenal sebagai Kampung Pengrajin Sasirangan, kawasan ini masih belum dikenal oleh wisatawan dan warga Kota Banjarmasin sendiri. Sampai saat ini, belum ada identitas yang mampu dikenali dengan baik. Selain itu, adanya Kampung Sasirangan di kelurahan Seberang Mesjid turut menyebabkan wisatawan maupun pemandu wisata mengalami kebingungan. Dulunya kawasan ini ditumbuhi banyak pohon jindah, sehingga dikenal sebagai Kampung Sei Jindah. Selain itu, terdapat pula anak sungai yang dinamakan Sungai Jindah. Secara administrasi, kampung pengrajin ini terletak di Kelurahan Sei Jindah, Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin. Kota Banjarmasin sendiri memiliki pusaka budaya yang berorientasi pada sungai, dan terdapat sepuluh kawasan di Kota Banjarmasin yang ditetapkan sebagai kota pusaka, salah satunya adalah kawasan Sungai Jindah. Kawasan Sungai Jindah menjadi objek strategis untuk diprioritaskan dalam perencanaan, dan telah ditetapkan sebagai Kampung Banjar, yaitu kawasan destinasi wisata yang berbasis budaya lokal. Diperlukan upaya-upaya untuk melestarikan kebudayaan dan mengembangkan Kawasan Sungai Jindah sebagai kawasan destinasi wisata unggulan.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, pemasaran digital telah menjadi alat yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, banyak pengrajin sasirangan di Sei. Jindah belum memanfaatkan potensi ini secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pelatihan dan pendampingan pemasaran digital berbasis konten kreatif untuk pengrajin sasirangan di Sei. Jindah untuk membantu mereka agar bisa memaksimalkan penggunaan teknologi dalam strategi pemasaran digital.

METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan ini yaitu metode penyuluhan/sosialisasi dan pendampingan secara door to door (D2D). Pemilihan metode ini didasari untuk bisa berinteraksi secara langsung kepada pengrajin sasirangan dan memberikan penjelasan secara mendalam terkait bagaimana cara penjualan dengan konsep pemasaran digital berbasis konten kreatif. Kegiatan ini dimulai dengan sosialisasi pelatihan pembuatan konten kreatif yang disampaikan oleh mahasiswa untuk menjelaskan dibutuhkannya promosi digital melalui kemampuan membuat konten kreatif yang

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

relevan di zaman sekarang. selain mengadakan sosialisasi pelatihan, para mahasiswa juga membantu, mengajarkan serta mendampingi para pengrajin sasirangan dalam membuat konten kreatif dalam bentuk video promosi. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari terpisah. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di rumah masing masing pengrajin sasirangan, RT. 006, Kelurahan Sei. Jindah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan pendampingan ini diharapkan akan meningkatkan kemampuan pengelola pengrajin Sasirangan di Sei. Jindah dalam merencanakan, mengelola, dan mempromosikan produk secara digital. Peningkatan ini mencakup keterampilan dalam menggunakan aplikasi jual-beli online serta pemahaman yang lebih mendalam tentang pemasaran digital. Adapun hasil yang dicapai antara lain sebagai berikut:

1. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep dasar pemasaran digital.
2. Kemampuan untuk mengenali berbagai tantangan dan hambatan dalam menyusun strategi pemasaran digital
3. Keterampilan untuk mengembangkan strategi dan langkah-langkah efektif untuk mengatasi tantangan dan halangan dalam proses pemahaman pemasaran digital.
4. Pemahaman mengenai pentingnya faktor waktu dalam proses pemahaman pemasaran digital.



Gambar 1.

Mahasiswa memberikan pemahaman terkait bagaimana cara penjualan dengan konsep pemasaran digital berbasis konten kreatif.

Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital berbasis konten kreatif bagi pengrajin Sasirangan di Sei. Jindah, Banjarmasin, dapat mencakup pemberian bimbingan teknis, pembuatan konten kreatif, serta pemantauan secara berkala guna memastikan implementasi yang efektif untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman para pengrajin sasirangan dalam proses pemasaran digital berbasis konten kreatif. Selain itu, pendampingan ini juga dapat membantu dalam mengenali tantangan yang dihadapi oleh pengrajin Sasirangan Sei. Jindah dan menemukan solusi yang tepat.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



Gambar 2.

Mahasiswa mengajarkan dan mendampingi para pengrajin sasirangan dalam membuat konten kreatif dalam bentuk video promosi.

Adapun Pembahasan yang dilakukan selama pelatihan dan pendampingan seperti:

1. **Konsep Pengelolaan dan Penyusunan Strategi Pemasaran Digital** : Membahas konsep dasar dalam mengelola dan merancang strategi pemasaran digital berbasis konten kreatif, termasuk pentingnya peran strategi ini dalam proses pengembangan pemasaran digital yang efektif.
2. **Identifikasi Tujuan** : Mendapatkan pemahaman terkait peningkatan *brand awareness* dan *engagement* konsumen.
3. **Pengembangan platform sosial media** : Mendapatkan wawasan tentang pengembangan platform media sosial yang selaras dengan tujuan serta target pasar pengrajin Sasirangan di Sei. Jindah.
4. **Pengembangan Konten** : Mendapatkan pemahaman mengenai cara membuat konten yang menarik, kreatif dan relevan, sesuai dengan minat dan kebutuhan target pasar.

KESIMPULAN

Hasil dari pelatihan dan pendampingan pemasaran digital bagi pengrajin sasirangan Sei. Jindah menunjukkan sejumlah dampak positif, antara lain masyarakat yang semakin aktif mempromosikan produknya secara online melalui berbagai platform media sosial. Selain itu, kegiatan ini memberikan pemahaman kepada pengrajin sasirangan tentang pentingnya pemasaran digital berbasis konten kreatif untuk memperluas jangkauan konsumen. Pengrajin sasirangan Sei. Jindah juga kini lebih terampil dalam membuat video produk yang menarik minat calon pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Belmawa yang telah memberikan hibah pada Program Peningkatan Kapasitas Ormawa tahun 2024 kepada Himpunan Mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Muhammadiyah Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2).
- Irwanto. (2006). *Forum Group Discussion*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Jones, C. J. (1970). *Design Methods: Seeds of Human Futures*. London, New York, WileyInterscience.
- Kemenparekraf. (2023). *Desa Wisata Kampung Sasirangan Sungai Jingah*. Diakses dari: https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/kampung_sasirangan_sungai_jingah
- Leung, C.M., Ho, G.K.H., Foong, M., Ho, C.F., Lee P.K.K. & Mak L.S.P. (2005). Small-group hypertension health education programme: A process and outcome evaluation. *Journal of Advanced Nursing*, 52, 6, 631-639
- Risdiana, A. (2020). Analisis Strategi Digital Marketing Produk Industri Kreatif di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 20(1), 9-19.