

Peningkatan Pemasaran UMKM Tenun Songket Ibu Neni di Desa Ibul Besar 1 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumsel

**Irwansyah¹, Helda Yudiastuti², Wydyanto³, Dinny Komalasari⁴, Tamsir Ariyadi⁵,
Ade Putra⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Bina Darma, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Irwansyah

E-mail: irwansyah@binadarma.ac.id

Abstrak

Salah satu tenun songket yang ada saat ini didesa Ibul Besar 1 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Usaha tenun songket ini dikelola oleh Ibu Neni yang merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM Ibu Neni memiliki permasalahan untuk pemasaran tenun songket yaitu masih kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan pemasarannya. Tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat akan memberikan pelatihan dalam penggunaan media digital kepada karyawan tenun songket sebagai media promosi dan penjualan. Hasil kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat pada UMKM Tenun Songket Ibu Neni di Desa Ibul Besar 1 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan yaitu terlaksananya Pelatihan Penggunaan Sosial Media Digital Instagram, Facebook dan E-Commerce sebagai media promosi dan pemasaran tenun songket.

Kata kunci - Songket, Pemasaran, Media Digital, Pelatihan, Karyawan

Abstract

One of the songket weaving that currently exists in Ibul Besar 1 Village, Pemulutan District, Ogan Ilir Regency, South Sumatra. This songket weaving business is managed by Mrs. Neni, who is a Micro, Small and Medium Enterprise (MSME). Mrs. Neni's MSME has problems in marketing songket weaving, namely still having difficulty in increasing sales and marketing. The purpose of community service activities is to provide training in the use of digital media to songket weaving employees as a promotional and sales media. The results of the implementation of community service activities at Mrs. Neni's Songket Weaving MSME in Ibul Besar 1 Village, Pemulutan District, Ogan Ilir Regency, South Sumatra, are the implementation of Training in the Use of Digital Social Media Instagram, Facebook and E-Commerce as promotional and marketing media for songket weaving.

Keywords - Songket, Marketing, Digital Media, Training, Employees

PENDAHULUAN

Tenun songket merupakan hasil kebudayaan yang dimiliki Indonesia sejak zaman prasejarah sampai sekarang. Tenun songket sendiri tersebar diseluruh wilayah Indonesia dengan berbagai bentuk dan khas di tiap-tiap daerah. Kekhasan bentuk kain tenun songket tersebut senantiasa dipertahankan disetiap masing-masing daerah, karena merupakan menjadi identitas dari masyarakat pendukungnya. Songket merupakan hasil tenunan tangan yang terbuat dari berbagai jenis benang dan dihiasi dengan motif yang beragam (Maswita, 2022). Keberadaan tenun songket tidak lepas dari tumbuh kembangnya budaya yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Sampai saat kerajinan tenun songket masih dapat ditemukan dalam kehidupan masyarakat. Salah satu tenun songket yang masih ada saat ini yaitu didesa Ibul Besar 1 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Usaha tenun songket yang dikelola oleh Ibu Neni merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang merujuk pada bisnis kecil yang memproduksi atau menjual kain songket. UMKM didefinisikan sebagai Usaha produktif milik orang perorang dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, diharapkan UMKM menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional. (Puri & Mojokerto, n.d.).

UMKM Songket Ibu Maria melibatkan proses mulai dari pembuatan yang meliputi penenunan kain, pewarnaan dan penggunaan benang emas atau perak untuk membuat motif yang khas. Dalam menjalankan usaha tenun songket ini Ibu Neni dibantu 10 orang karyawan. Penenunan songket dikerjakan mulai pada pukul 08.00 sampai dengan pukul 21.00 wib. Untuk menyelesaikan 1 buah songket membutuhkan waktu 1 sampai dengan 2 bulan sesuai dengan tingkat kerumitan motif pada songket itu sendiri. Kepandaian membuat songket merupakan warisan dari generasi kegenerasi secara informal. Keterampilan yang diwariskan mulai dari menjalankan alat tenun sampai penerapan motif motif songket. Harga songket di UMKM Ibu Neni bervariasi mulai dari 1 juta sampai dengan 100 jutaan sesuai dengan keunikan, keindahan dan bahan songket itu sendiri. Adapun permasalahan untuk pemasaran tenun songket Ibu Neni yaitu masih kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan pemasarannya. Penjualan masih secara konvensional dan bergantung pada pemesan yang hanya dari masyarakat yang mengenalnya saja. Dari permasalahan ini Ibu Neni berkeinginan untuk meningkatkan pemasaran tenun songket miliknya agar dapat dijual ke berbagai daerah hingga keluar negeri. Tujuan pemasaran adalah membuat penjual melampaui dan mengetahui serta memahami konsumen sehingga produk (jasa) sesuai dengan konsumen dan laku dengan sendirinya. (Putra A et al., 2024).

Untuk mengatasi permasalahan pada UMKM Songket Ibu Neni maka pada pengabdian masyarakat ini akan mengadakan pelatihan pemasaran digital. Pemasaran digital yang dapat meningkatkan penjualan memiliki fungsi (a) sebagai alat penjualan (b) sebagai pelayanan konsumen (c) sebagai alat berkomunikasi (d) sebagai efisiensi biaya (e) sebagai pengembang merk. (Khairunnisa, 2022). Ada berbagai Teknik dan alat yang tersedia yang dapat dilakukan untuk membantu bisnis pemasaran digital diantaranya penggunaan sosial media seperti *facebook*, *Instagram* dan *E-Commerce*. Sosial media marketing merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan Tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang atau hal lainnya. (Taan et al., 2021). Sedangkan *E-Commerce* adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan *internet* (Rehatalanit, 2021).

Penelitian terdahulu dilakukan oleh (Puspasari & Hadithya, 2023) tentang Pemanfaatan Social Media Melalui Konten pada *Instagram* dalam Upaya Meningkatkan *Brand Image* Sebuah Produk. Kemudian penelitian terdahulu berikutnya oleh (Guslinda, 2017) tentang Kerajinan Tenun Songket Melayu Riau Untuk Pelestarian Kearifan Lokal. Sedangkan pada pengabdian ini memfokuskan mengenai peningkatan pemasaran UMKM Tenun Songket Ibu Neni melalui media digital. Dan tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat akan memberikan pelatihan dalam penggunaan media digital kepada karyawan tenun songket sebagai media promosi dan penjualan. Pelatihan yang akan diberikan yaitu penggunaan Media Sosial *Instagram*, *Facebook* dan *E-Commerce* Shoppe. (Ariyadi et al.,

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

2024) Pelatihan bertujuan untuk memperbaiki kinerja karyawan dari tugas terakhir, pelatihan merupakan suatu proses yang sudah terencana dalam mengubah sikap, pengetahuan ataupun tingkah laku yang menghasilkan keahlian dengan pengalaman agar mencapai kinerja yang efektif. (Gustiana, 2022).

METODE

Adapun metode yang akan digunakan pada pengabdian masyarakat pada UMKM Tenun Songket Ibu Neni yaitu Observasi, Wawancara, Diskusi dan Pelatihan. Pada tahapan observasi, tim pengabdian masyarakat mendatangi langsung UMKM Tenun Songket Ibu Neni yang berada di desa Ibul Besar 1 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Tahapan metode berikutnya adalah melakukan wawancara dan diskusi dengan pemilik UMKM Tenun Songket yaitu Ibu Neni serta beberapa orang karyawannya. Wawancara dan diskusi yang pertama dilakukan secara langsung dengan Ibu Neni, kemudian wawancara dan diskusi bersama dengan karyawannya. Adapun tujuan dari wawancara dan diskusi ini yaitu untuk mencari solusi dari berbagai macam permasalahan yang dihadapi oleh UMKN Tenun Songket dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan. Salah satu solusi yang akan dilakukan oleh tim pengabdian Masyarakat yaitu akan memberikan pelatihan media digital kepada pemilik dan karyawan Tenun Songket Ibu Neni.

Berikut jadwal kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat pada UMKM Tenun Songket Ibu Neni di Desa Ibul Besar 1 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Pelaksanaan pengabdian Masyarakat ini dilakukan selama 1 (satu) bulan, yang akan dilaksanakan setiap minggunya dibulan Oktober 2024.

Tabel 1.

Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pada UMKM Tenun Songket Ibu Neni Di Desa Ibul Besar 1

No.	Kegiatan	Fasilitator	Tgl / Waktu	Peserta
1	Observasi	Seluruh Tim Pengabdian	02 Oktober 2024 (09.00 – 12.00)	Pemilik UMKM Ibu Neni.
2	Wawancara dengan melakukan tanya jawab.	Seluruh Tim Pengabdian	08 Oktober 2024 (09.00 – 13.00)	Pemilik UMKM Ibu Neni dan beberapa orang Karyawan.
3	Diskusi secara bersama – sama dengan Ibu Neni dan Karyawan.	Seluruh Tim Pengabdian	15 Oktober 2024 (09.00 – 16.00)	Pemilik UMKM Ibu Neni dan beberapa orang Karyawan.
4	Pelatihan Penggunaan Sosial Media Digital <i>Instagram, Facebook</i> dan <i>E-Commerce</i>	Seluruh Tim Pengabdian	22 - 25 Oktober 2024 (09.00 – 16.00)	Pemilik UMKM Ibu Neni dan beberapa orang Karyawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat pada UMKM Tenun Songket Ibu Neni di Desa Ibul Besar 1 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan yaitu terlaksananya Pelatihan Penggunaan Sosial Media Digital *Instagram, Facebook* dan *E-Commerce* sebagai media promosi dan pemasaran tenun songket. Berikut hasil kegiatan observasi tim pengabdian masyarakat yang datang melihat langsung keberadaan UMKM Tenun Songket Ibu Neni. Tim pengabdian memulai observasi dari tempat produksi atau tempat penenunan kain songket hingga tempat pemasaran atau penjualannya. Proses pembuatan kain songket dimulai dari pemilihan bahan baku berupa benang

sutra atau benang kapas yang berkualitas tinggi, kemudian pembuatan motif songket sampai dengan proses pemintalan dan terakhir proses pencucian.



Gambar 1.

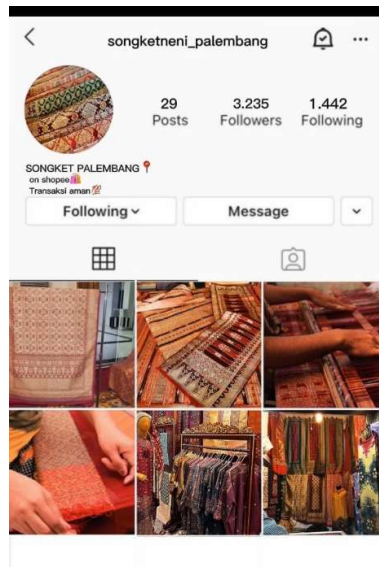
Hasil kunjungan atau observasi ke UMKM Tenun Songket Ibu Neni

Untuk pemasaran hasil tenun songket Ibu Neni masih dilakukan secara tradisional dari mulut ke mulut, kemudian mengadakan pameran ataupun ikut kegiatan pameran yang diadakan oleh pemerintah dan swasta, dan juga menyebarkan pamflet. Namun masih sangat jarang Ibu Neni menggunakan media yang lain untuk melakukan promosi yang besar besaran lantaran membutuhkan biaya yang mahal.

Hasil kegiatan berikutnya yaitu pelatihan penggunaan media sosial *Instagram* dan *Facebook*. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagi berbagai layanan jejaring sosial. (Feroza & Misnawati, 2021). *Facebook* adalah salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan. *Facebook* menawarkan fitur, termasuk pembaharuan status, foto, video, konten buatan pengguna, dan bahkan pasar pengguna ke pengguna (Nuzuli, 2023). Sedangkan *Fanpage Facebook* atau halaman Penggemar *Facebook* adalah akun bisnis yang mewakili perusahaan atau organisasi. (Ruriatno, 2023).

Pada pelatihan ini semua karyawan Ibu Neni diajarkan membuat akun *Instagram* kemudian diajarkan juga untuk penggunaan fitur – fitur apa saja yang akan digunakan khususnya cara mengupload foto untuk media promosi tenun songket yang akan dipasarkan.

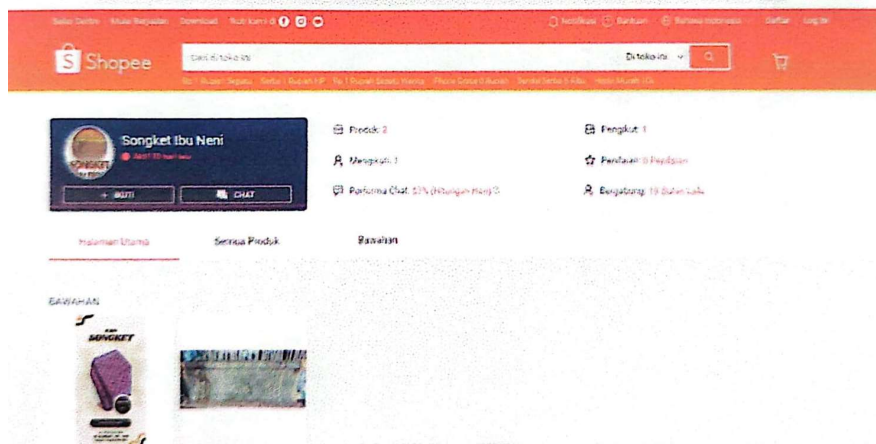
Berikut contoh hasil pelatihan pembuatan *Instagram* oleh karyawan Tenun Songket Ibu Neni.



Gambar 2.

Hasil Pelatihan Pembuatan Akun *Instagram* UMKM Tenun Songket Ibu Neni

Dari gambar 2 adalah contoh hasil pelatihan dari salah satu karyawan Tenun Songket Ibu Neni, terlihat bahwa akun *Instagram* nya adalah *songketneni_palembang*. Pada akun *Instagram* tersebut telah di *upload* beberapa foto tenun songket hasil UMKM Ibu Neni. Pelatihan berikutnya adalah menggunakan media *E-Commerce* *Shopee* sebagai media pemasaran. Pada pelatihan ini tim pengabdian mengajarkan kepada semua karyawan ibu Neni untuk membuat Akun di *E-Commerce* *Shopee*. Berikut salah satu hasil pada *E-Commerce* *Shopee* yang telah dibuat oleh karyawan ibu Neni.



Gambar 3.

Hasil Pelatihan Pembuatan Akun *E-Commerce* UMKM Tenun Songket Ibu Neni

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Ibul Besar 1 pada UMKM Tenun Songket Ibu Neni dapat disimpulkan sebagai berikut: berdasarkan hasil observasi dan wawancara diperlukan peningkatan pemasaran penjualan tenun songket melalui media digital yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dari hasil pelatihan media digital kepada

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

karyawan tenun songket Ibu Neni didapat pembuatan beberapa Akun Instagram, Akun *Fanpage Facebook* dan Akun *E-Commerce* Shopee. Akun-akun ini dikelola oleh Ibu Neni dan beberapa karyawannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyadi, T., Rosyad, F., Jemakmun, J., Roni, M., Anggraeni, M., & Erwinsyah, E. (2024). Penyuluhan Bahaya Penyalahgunaan Narkoba Pada Remaja Di SMK Negeri 1 Pemulutan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(9), Article 9. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i9.1619>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Guslinda. (2017). Kerajinan Tenun Songket Melayu Riau Untuk Pelestarian Kearifan Lokal. *Jurnal Pendidikan Guru*, 2(1), 124–130.
- Gustiana, R. (2022). Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Suatu Kajian Literatur Review Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jemsi*, 3(6), 657–666.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Maswita. (2022). Songket Melayu Batubara kini, kajian perubahan dalam aspek ekonomi dan sosial budaya (Study Desa Padang Genting Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara). *Jurnal Normatif*, 2(1), 110–114.
- Nuzuli, A. K. (2023). Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook Di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Communications*, 5(1), 533–570. <https://doi.org/10.21009/communications.5.1.5>
- Puri, K., & Mojokerto, K. (n.d.). STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP UMKM DI DESA KINTELAN (STUDI KASUS UMKM DI DESA KINTELAN KELURAHAN PURI KABUPATEN MOJOKERTO). *Jurnal BUDIMAS*, 4.
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instragram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>
- Putra A, A., Agustian, W., Irwansyah, I., Yudiastuti, H., & Melita, D. (2024). Pengembangan Home Industry Kemplang di Desa Pemulutan Ilir Provinsi Sumatera Selatan di Tinjau Dari Sumber Daya Manusia. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 45–50. <https://doi.org/10.54082/ijpm.372>
- Rehatalanit, Y. L. R. (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69.
- Ruriatno. (2023). Pemanfaatan Fanspage Facebook Sebagai Media Berbagi Pengetahuan Konten Surat Kabar Langka Koleksi Perpustakaan Nasional RI. *Jurnal Kajian Kepustakawanan*, 5(1).
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>