



Digital Branding Model Pada Pengembangan Ekonomi Kreatif UMKM Kain Songket Pringgasela Kabupaten Lombok Timur

Rayie Tariaranie Wiraguna^{1*}, Nur Anita Yunikawati², Retno Sulistiyaningsih³

¹ Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Malang

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

³ Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Malang

Email: tarie.tariaranie.fe@um.ac.id¹, nur.anita.fe@um.ac.id²,
retno.sulistiyaningsih.fpsi@um.ac.id³

Abstract

Pringgasela Village is one of the villages in East Lombok district with songket cloth MSMEs with a cultural heritage that has been preserved to this day. Several groups of Songket cloth MSMEs in Pringgasela Village are well known to various corners and are always used as a reference for tourists when visiting Lombok Island. As a creative industry, songket cloth MSMEs cannot be separated from the impact of the COVID-19 pandemic in 2020. Various problems arose due to the COVID-19 pandemic, and as a result, not a few MSME players in Pringgasela village went out of business. The local government, together with related sectors, continues to strive to stimulate the economy of the people in the village so that it can revive and develop further. The development of digital technology allows businesses to market their products online and use transactions through the online banking system. Digital technology development has changed the paradigm of MSME marketing, which is carried out conventionally digitally by utilizing social media, e-commerce, and websites as a medium for branding and marketing. Using digital/online media is the right choice for MSME players to expand their network and business reach.

Keywords: *Kain Songket, E-Commerce, Digital Branding.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di Desa Pringgasela, Lombok Timur merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan warisan budaya yaitu kain songket yang sampai saat ini dijaga keasliannya. Terdapat beberapa kelompok UMKM kain songket di Desa Pringgasela yang sudah terkenal ke berbagai penjuru dan selalu dijadikan rujukan wisatawan saat berkunjung ke Pulau Lombok. Sebagai industri kreatif, UMKM kain songket tak lepas dari dampak pandemi COVID-19 di tahun 2020. Berbagai permasalahan timbul akibat pandemic COVID-19 dan akibat hal tersebut tidak sedikit pelaku UMKM di desa pringgasela gulung tikar. Pemerintah setempat bersama sektor terkait terus berupaya untuk menstimulus ekonomi masyarakat di desa tersebut agar dapat hidup kembali dan semakin berkembang. Dengan mudahnya untuk melakukan penjualan dan pemasaran produk melalui media social ataupun online, UMKM kain songket Pringgasela dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Hadirnya perkembangan teknologi digital, telah mengubah paradigma pemasaran UMKM yang dilakukan secara konvensional berubah menjadi digital dengan memanfaatkan media sosial, e-commerce dan penggunaan website sebagai media untuk melakukan branding dan marketing. Pemanfaatan media digital/online adalah pilihan tepat bagi para pelaku UMKM untuk memperluas jaringan dan jangkauan usahanya.

Kata kunci: *Kain Songket, E-Commerce, Digital Branding.*

PENDAHULUAN

Keanekaragaman budaya yang ada di Indonesia memberikan dampak yang positif khususnya pergerakan ekonomi masyarakat. Dilihat dari penggunaan internet yang semakin meningkat setiap tahunnya maka semakin mudah pula masyarakat mengembangkan usahanya dalam pergerakan ekonomi masyarakat. Berbagai industry kreatif yang ada di Indonesia sangat berkontribusi menjadi penopang ekonomi nasional seperti bidang kuliner, pariwisata, model-fashion, kerajinan dan lainnya (Avianto:2017). Data yang diperoleh dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif tahun 2021 menyatakan bahwa sector ekonomi kreatif memiliki andil besar terhadap pendapatan nasional yang mencapai Rp 1.210 triliun dan mengalami kenaikan di tahun 2022 mencapai Rp 100 triliun pertahun. Selain menyumbang pemasukan yang tinggi, sector ekonomi kreatif juga dapat membantu meningkatkan penyerapan tenaga kerja sebanyak kurang lebih 19 juta orang dalam setahun.

Desa Pringgasela merupakan salah satu desa di kabupaten Lombok timur yang memiliki UMKM kain songket dengan warisan budaya yang sampai saat ini dijaga keasliannya. Terdapat beberapa kelompok UMKM kain songket di desa pringgasela yang sudah terkenal ke berbagai penjuru dan selalu dijadikan rujukan wisatawan saat berkunjung ke pulau Lombok. Sebagai industry kreatif, UMKM kain songket tak lepas dari dampak pandemic covid di tahun 2020. Berbagai permasalahan timbul akibat pandemic covid dan akibat hal tersebut tidak sedikit pelaku UMKM di desa pringgasela gulung tikar. Pemerintah setempat bersama sector terkait terus berupaya untuk menstimulus ekonomi masyarakat di desa tersebut agar dapat hidup kembali dan semakin berkembang.

Perkembangan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara online dan menggunakan transaksi melalui system perbankan secara online. Dengan hadirnya perkembangan teknologi digital, telah mengubah paradigma pemasaran UMKM yang dilakukan secara konvensional berubah menjadi digital dengan memanfaatkan media sosial, e-commerce dan penggunaan website sebagai media untuk melakukan branding dan marketing. Pemanfaatan media digital/online adalah pilihan tepat bagi para pelaku UMKM untuk memperluas jaringan dan jangkauan usahanya.

Berdasarkan Kondisi geografisnya berada pada daerah Malang bagian selatan, dengan keadaan permukaan tanah datar sampai berombak mencapai 40 % dari seluruh luas wilayah Kecamatan Gedangan, sedang sisanya (60%) merupakan dataran yang berombak berbukit. Ketinggian rata-rata dari permukaan air laut + 350meter dengan suhu 22 s/d 29, curah hujan mencapai + 1.690 luas keseluruhan wilayah kecamatan adalah 20.171 Ha. Desa Sumberejo merupakan salah satu mitra desa yang telah dibina oleh Universitas Negeri Malang. Desa dengan luas wilayah 1.500 Ha dan jumlah penduduk 10,379 jiwa ini memiliki banyak potensi yang bisa terus dikembangkan baik dari hasil alam maupun kreativitas masyarakatnya. Diketahui bahwa ada beberapa potensi dari Kabupaten Gedangan. Tapi khususnya pada Desa Sumberejo potensi yang ada adalah tebu dan padi. Namun disini tebu yang masih kurang dalam memanfaatkannya.

Permasalahan yang ditemui ketika melakukan penelitian di UMKM Kain Aongket desa Pringgasela cenderung terhadap lemahnya daya beli masyarakat terhadap produk. Berikut ini adalah penjabaran terkait dengan permasalahan yang ditemui, yaitu ;

1. Terbatasnya informasi pelaku UMKM untuk melakukan pengembangan usaha menggunakan strategi digital branding. Digital branding model adalah salah satu strategi yang tepat digunakan untuk memperluas jangkauan pasar. Terdapat strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam UMKM Kain songket pringgasela.
2. Minimnya pelaku UMKM yang masih bertahan dalam memproduksi kain songket secara tradisional. Proses produksi kain songket yang menggunakan Teknik tradisional perlu ditelaah lebih dalam agar budaya ini tidak hilang walau pelaku pembuat kain songket sudah sangat berkurang.
3. Proses pemasaran dan penjualan yang masih hanya berfokus pada penjualan secara offline. Proses pembuatan kain songket yang relative memakan waktu lama, membuat proses pemasaran dan penjualan produk tidak pernah dilakukan secara maksimal, karna selama ini proses penjualan dilakukan hanya jika produk tersedia.

Dalam kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai. Kebermanfaatan dari berbagai kegiatan yang dilakukan berfokus pada kesejahteraan masyarakat luas, khususnya di Kabupaten Lombok Timur. Tujuan dalam kegiatan ini adalah memberikan solusi konkrit yaitu berupa pelatihan digital branding model dengan memanfaatkan e-commerce dan website sebagai media promosi dan penjualan tenun songket pringgasela. Sedangkan manfaat yang nantinya akan dicapai adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang digital branding, meningkatkan penjualan produk UMKM Kain Songket desa Pringassela, dan meningkatkan pendapatan masyarakat desa Pringgasela. Luaran wajib dari kegiatan ini yaitu satu artikel yang dipublikasikan dalam jurnal pengabdian ber-ISSN, satu artikel media massa, foto kegiatan dan poster.

METODE

Demi tercapai kegiatan pengabdian ini, maka dilakukan beberapa pendekatan, yaitu:

1. Model Participatory Rural Appraisal (PRA) berfokus pada keterlibatan kelompok PKK dan pihak desa dalam keseluruhan kegiatan pengabdian dimulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program kegiatan.
2. Model Community development adalah pendekatan yang melibatkan masyarakat dalam kelompok UMKM secara langsung sebagai focus dari kegiatan pengabdian masyarakat ini.
3. Edukatif adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan sebagai sarana transfer ilmu pengetahuan dan program untuk pemberdayaan masyarakat.

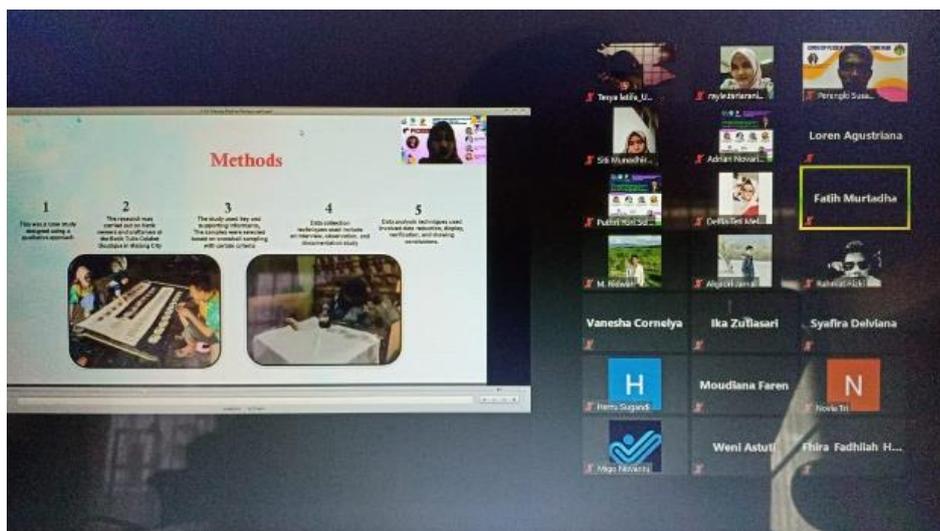
Rincian pelaksanaan pengabdian masyarakat

1. Persiapan
 - a. Penyusunan proposal.
 - b. Identifikasi kebutuhan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.

- c. Koordinasi dengan pihak desa dan kelompok UMKM Desa Pringgasela
 - d. Menyiapkan SDM dan Teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mitra.
2. Pelaksanaan
 - a. Pelatihan tentang menyusun strategi digital branding model
 - b. Merancang desain e commerce UMKM Kain songket
 - c. Sosialisasi tentang pentingnya menjaga kelestarian budaya kain songket
 - d. Mempersiapkan sarana dan prasarana selama kegiatan berlangsung
 3. Monitoring dan Evaluasi
 - a. Mencatat permasalahan-permasalahan yang muncul selama kegiatan berlangsung
 - b. Mencari alternatif pemecahan masalah dan melaksanakannya
 - c. Melihat perkembangan kecakapan peserta kegiatan dalam menghasilkan produk yang berkualitas.

HASIL, PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan melakukan FGD (*Forum Group Discussion*) antara tim pelaksana dengan pihak desa Pringgasela. Dalam kegiatan ini tim pelaksana melakukan persamaan persepsi dengan pihak desa Pringgasela terkait rencana kegiatan yang akan dilakukan. Kegiatan FGD dilakukan secara online dengan kepala desa dan beberapa perangkat desa lainnya serta pelaku UMKM tenun songket. Tujuan dari kegiatan ini yaitu dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang digital branding, meningkatkan penjualan produk UMKM Kain songket desa Pringgasela, dan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar desa Pringgasela. Teknis pelaksanaan kegiatan ini yaitu tim pelaksana akan melakukan sosialisasi tentang digital branding yang dapat digunakan sebagai media promosi dan penjualan. Pembuatan akun media sosial e-commerce dan website akan menjadi perhatian utama dalam kegiatan pengabdian ini.



Gambar 1. FGD dilakukan melalui zoom

Setelah proses FGD, selanjutnya dirancang kegiatan sosialisasi yang dilakukan dengan mengunjungi lokasi sentra tenun songket di desa pringgasela. Dalam kegiatan ini,

tim pelaksana melakukan diskusi dengan pihak desa secara langsung, dan melakukan diskusi dengan pelaku UMKM tenun songket.



Gambar 2. Diskusi dengan pihak desa

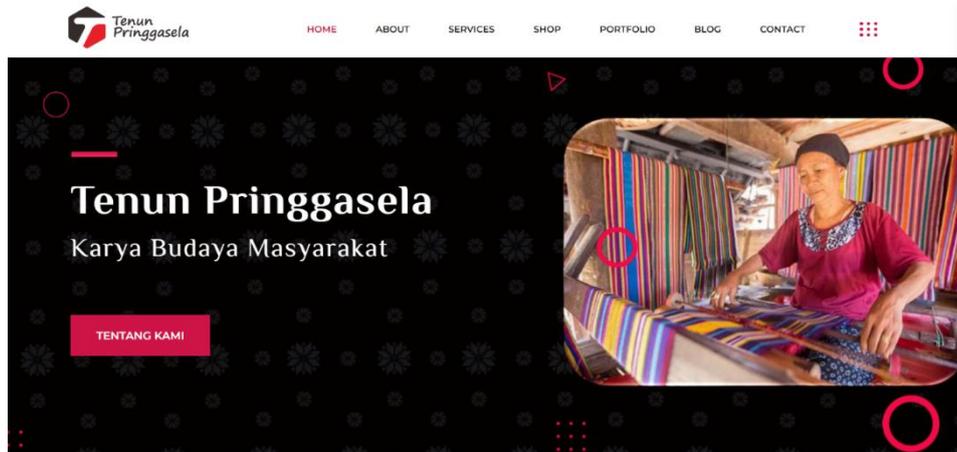


Gambar 3. Diskusi dengan pelaku UMKM tenun songket Pringgasela

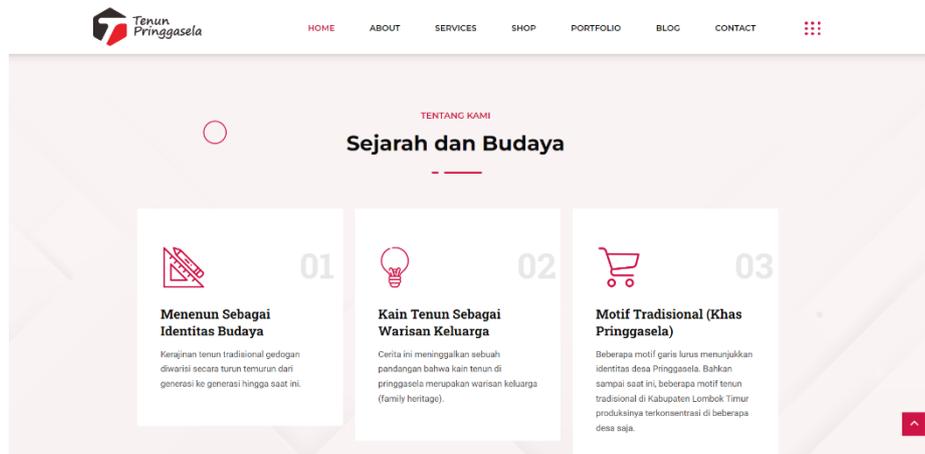


Gambar 4. Proses produksi kain tenun songket

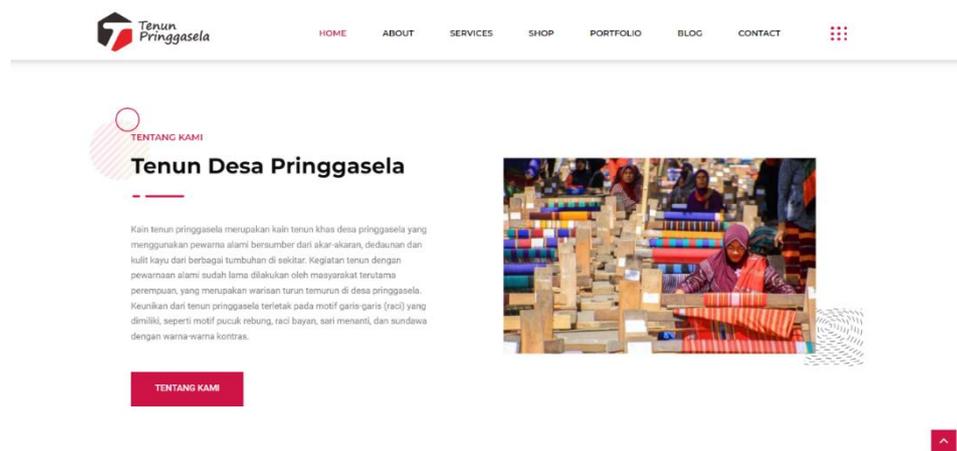
Setelah melakukan kegiatan sosialisasi, tim pelaksana mulai merancang website yang akan digunakan oleh pelaku UMKM Tenun songket untuk melakukan promosi dan penjualan. Desain website yang akan digunakan sebagai berikut:



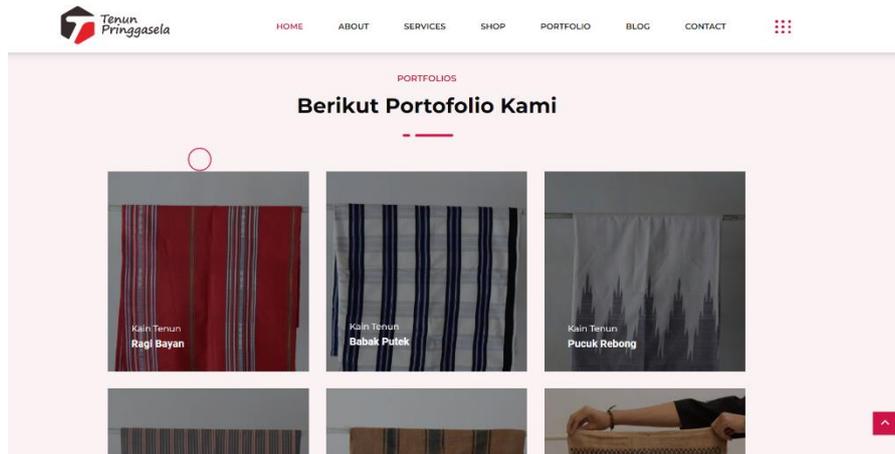
Gambar 5. Tampilan home website tenun Pringgasela



Gambar 6. Konten tentang sejarah tenun songket Desa Pringgasela



Gambar 7. Konten tentang tenun songket Desa Pringgasela



Gambar 8. Konten tentang portofolio produk tenun songket Desa Pringgasela

SIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa dengan pemanfaatan digital branding model melalui pembuatan website desa Pringgasela mampu meningkatkan hasil penjualan produk UMKM Kain Songket Desa Pringgasela. Tahapan selanjutnya yang akan dilakukan dari kegiatan pengabdian ini yaitu monitoring dan evaluasi terkait pemanfaatan website desa pringgasela untuk melakukan promosi produk. Diharapkan dengan adanya website tenun pringgasela dapat membantu pelaku UMKM untuk memperkenalkan dan memasarkan produk tenun desa pringgasela. Selain itu penyelesaian artikel pengabdian akan menjadi rencana tahap selanjutnya dalam pengabdian Masyarakat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan apresiasi diucapkan kepada Universitas Negeri Malang melalui dana internal Universitas Negeri Malang Tahun 2023 sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pringgasela dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi UMKM Kain Songket . Selain itu, diucapkan terima kasih pula terhadap perangkat desa, masyarakat desa, dan tim ahli pengabdian kepada masyarakat di Desa Pringgasela Tahun 2023 atas semua dukungan dan kontribusinya terhadap kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Andrean., Dicky., dan Sugeng Santoso. (2020). Build Operate Transfer (BOT) as Business Role Model for Metering System and Development Projects (Study Cases on Metering System Project Which Located at PT.Rexaudia Sasada. *Jurnal Dinasti International Journal of Management Science*, Vol. 2, No.1, 60-69. e-ISSN:2686-522X

- Daulay, Z. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Metode Triple Helix. *Tansiq*, Vol. 1, No. 2, 170-190.
- Fatmawati., Ari Ana., dan Sugeng Santoso. (2020). Penguatan Rantai Nilai Pariwisata sebagai Strategi Pengembangan Kawasan Kota Tua Jakarta Menjadi Kawasan Wisata Ramah Muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMB)*, Volume 6, No. 03, November 2020, e-ISSN: 2655-7274
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 1–12
- Septiano. (2020). Pengertian Digital Marketing. Retrieved from www.redtreeasia.com: <http://redtreeasia.com/info/apa-itu-digital-marketing-pengertian-dan-konsep-dasarnya/>
- Sidauruk, R. (2013). Peningkatan Peran Pemerintah Daerah dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Bina Praja*. Volume 5 Nomor 3 Edisi September, 141-158
- Supriyadi, E., Merawaty, E.E., Derriawan, D., dan Salim, F. (2017). Analisis Faktor-Faktor dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah di Tangerang Selatan (Studi Kasus: Ikm Sepatu). *Jurnal Kawistara*, 7(2), 134–143.
- Tambunan, T.T.H. (2012). Peran usaha mikro dan kecil dalam pengentasan kemiskinan di daerah. *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance*, 4(2), 73–92.
- Utami, N.W. (2020). 7 Marketing Mix yang Harus Diketahui untuk Bisnis Anda. Retrieved from www.jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/#:~:text=Strategi%20ini%20menggunakan%20semua%20alat,place%2C%20p%20rice%2C%20dan%20promotion.>
- Wardhana, A. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional. ISBN : 978-602-17225-4-1, 327-337.