

PELATIHAN PROMOSI *ONLINE* PADA USAHA WASTRA PELINGGIH DI DESA PAKSEBALI KABUPATEN KLUNGKUNG

P. Widyarsana¹, P. E. Suhardiyani², I. W. G. Lamopia³, I. G. P. H. Yudana⁴

ABSTRAK

Bali yang terkenal dengan budaya keagamaan yang dilaksanakan oleh penduduknya yang beragama Hindu. Untuk menunjang upacara, masyarakat membutuhkan sarana peralatan upacara yaitu Wastra. Di Bali, wastra juga biasanya disebut sebagai busana, khususnya wastra dalam penggunaan Pelinggih yang memiliki makna dan simbol tersendiri. Hal inilah yang memicu munculnya bisnis Wastra. Mitra pengabdian adalah Ibu Ni Wayan Sitiari yang sudah mengelola bisnis wastranya sekitar 5 tahun lamanya. Berdasarkan hasil wawancara, Mitra menjual kain wastranya secara langsung di pasar tanpa memanfaatkan teknologi. Kegiatan untuk PKM ini dimulai dari sosialisasi kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan promosi *online* dan ditutup dengan evaluasi kegiatan. Sosialisasi dilakukan dengan membahas mengenai rencana dan jadwal kegiatan. Pada kegiatan pelatihan promosi online diberikan materi mengenai pengertian, manfaat dan keunggulan promosi *online* dibandingkan cara konvensional, strategi meningkatkan pemasaran dengan promosi *online* dan cara memulai promosi *online*. Kegiatan terakhir yaitu evaluasi, dilakukan untuk mengetahui seberapa besar mitra merasa kegiatan ini bermanfaat untuk meningkatkan promosi kedepannya. Berdasarkan hasil wawancara terhadap penguasaan materi, diketahui bahwa peserta sudah mencapai 95% penguasaan terhadap materi. Luaran yang dihasilkan dalam pengabdian ini adalah adanya peningkatan daya saing berupa peningkatan penjualan.

Kata kunci : Wastra Pelinggih, Promosi *Online*, Penjualan, Teknologi

ABSTRACT

Bali is famous for its religious culture which is carried out by its Hindu population. To support the ceremony, the community needs ceremonial equipment, namely Wastra. In Bali, wastra is also usually referred to as clothing, especially wastra in the use of Pelinggih which has its own meaning and symbol. This is what triggers the emergence of the Wastra business. The dedication partner is Mrs. Ni Wayan Sitiari who has been managing her textile business for about 5 years. Based on the results of the interviews, Partners sell their silk fabrics directly in the market without using technology. Activities for this PKM started with outreach activities followed by online promotion training and closed with activity evaluation. Socialization is carried out by discussing the plans and schedule of activities. In the online promotion training activities, material is given regarding the meaning, benefits and advantages of online promotion compared to conventional methods, strategies for increasing marketing with online promotions and how to start online promotions. The last activity, namely evaluation, is carried out to find out how much partners feel this activity is useful for increasing future promotions. Based on the results of interviews on mastery of the material, it was found that

¹Staf Pengajar Prodi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali 80111 putuwidyarsana@gmail.com

²Staf Pengajar Prodi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali 80111 suhardiyanieny@gmail.com

³Staf Pengajar Prodi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali 80111 wayanlamo@gmail.com

⁴Staf Pengajar Prodi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali 80111 hardiyudana@stikom-bali.ac.id

the participants had achieved 95% mastery of the material. The output produced in this service is an increase in competitiveness in the form of increased sales.

Keywords: Pelinggih clothes, Online Promotion, Sales, Technology.

1. PENDAHULUAN

Bali yang terkenal karena pariwisatanya, juga terkenal dengan upacara keagamaan yang dilaksanakan oleh penduduknya khususnya yang beragama Hindu (Yudabakti, 2007). Upacara agama dilaksanakan di Pura maupun Sanggah/ Merajan di masing-masing rumah tangga. Untuk menunjang upacara, masyarakat membutuhkan berbagai sarana peralatan upacara salah satunya adalah Wastra (Wiana, 2009). Di Bali, wastra juga biasanya disebut sebagai busana/ pengangge, khususnya wastra dalam penggunaan Pelinggih yang memiliki makna dan simbol tersendiri (Titib, 2000). Mitra pengabdian ini adalah Ibu Ni Wayan Sitiari, seorang pengusaha yang menjual Wastra Pelinggih. Mitra menjual wastranya di Pasar Badung Denpasar dan Pasar Kertha Gosa Klungkung. Berdasarkan hasil wawancara, Mitra hanya menjual kain wastranya secara langsung di pasar tanpa memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya, hanya mengandalkan pemasaran langsung secara konvensional. Apabila penjualan wastra pelinggih ini hanya dilakukan terus menerus secara tradisional akan berdampak negatif seperti membutuhkan banyak karyawan, modal yang disediakan cukup besar, dan terlalu banyak menyiapkan stok.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka solusi yang diberikan adalah melakukan pelatihan dan penerapan promosi *online* dengan memanfaatkan sosial media sebagai media promosi seperti *Facebook* dan *Instagram*. Pelatihan promosi *online* ini dilakukan guna menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat.

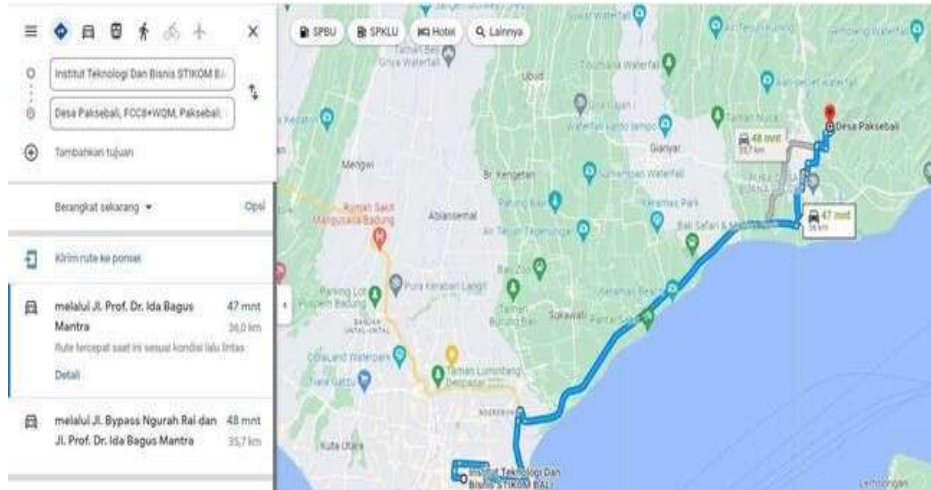
Media promosi online merupakan kanal pemasaran yang paling diminati, baik oleh pelaku usaha kecil, menengah, hingga perusahaan yang sudah berskala besar. Jangkauan dan efektivitasnya membuat jenis kanal pemasaran ini menjadi pilihan utama, dibandingkan kanal pemasaran konvensional. Aktivitas pemasaran menggunakan media promosi online ini mencakup seluruh rangkaian, mulai dari perencanaan, tindakan, pelayanan hingga pengiriman produk. Sesuai dengan namanya, sebagian besar aktivitasnya menggunakan internet. Salah satu faktor yang menjadikan promosi *online* lebih sering digunakan adalah karena jumlah pengguna internet yang semakin hari memang semakin banyak. Hal ini jelas sangat menguntungkan, karena memudahkan proses pemasaran dan penjualan.

Salah satu media sosial paling populer, juga memiliki fitur atau layanan untuk pemasaran yaitu *Facebook* dan *Instagram*. *Facebook* menjadi salah satu media promosi online paling efektif. *Facebook* dinilai sebagai media promosi online yang efektif, karena pengguna *Facebook* di Indonesia yang sangat beragam, mencakup berbagai kalangan kelas, dan usia. Ini memudahkan pelaku usaha untuk menentukan target iklan dengan spesifik. Keuntungan lain *Facebook Ads* sebagai media promosi online adalah, iklan yang dibuat tidak hanya ditampilkan di *Facebook*. Melainkan juga di situs lain yang telah bekerja sama dengan *Facebook*. Sedangkan *Instagram* merupakan media sosial yang berada dalam naungan *Facebook* yang saat ini berada di bawah *Meta Platforms Inc*. Untuk melakukan media promosi online melalui *Instagram*, caranya cukup mudah yakni langsung dapat dipasang menggunakan aplikasi *Instagram* pada *Android* atau *I-Phone*.

Dengan pelatihan dan penerapan promosi *online* pada usaha wastra pelinggih ini, diharapkan dapat membantu mitra dalam meningkatkan jumlah penjualan, mempertahankan konsumen. dan memperluas jaringan pemasaran produk.

2. METODE PELAKSANAAN

Mitra berlokasi di, Desa Pakseballi, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali 80761. Jarak lokasi Mitra dengan ITB STIKOM Bali adalah 36 KM yang ditempuh dengan waktu kurang lebih 50 menit menggunakan kendaraan roda empat. Gambaran mengenai lokasi mitra dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.

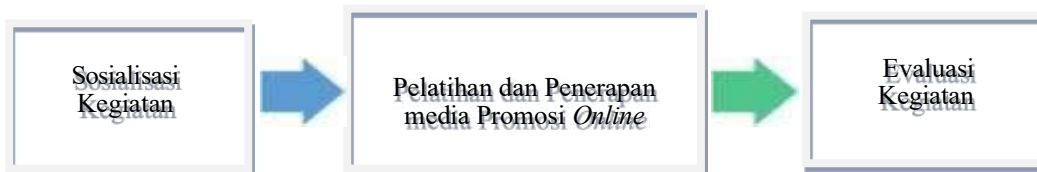


Gambar 1. Lokasi Mitra

Rencana kegiatan untuk PKM ini dimulai dari sosialisasi kegiatan menjelaskan pentingnya promosi *online* sebagai alternatif penjualan yang lebih praktis, dilanjutkan dengan pelatihan dan penerapan sosial media melalui Facebook dan Instagram, serta ditutup dengan evaluasi kegiatan. Adapun detail kegiatan sebagai berikut:

1. Kegiatan pertama dilakukan sosialisasi terhadap mitra mengenai kegiatan yang akan dilakukan, informasi apa saja yang akan diberikan kepada mitra, dan manfaat kegiatan ini serta menyusun jadwal kegiatan dengan mitra.
2. Kegiatan kedua yaitu pelatihan pembuatan akun Facebook dan Instagram sebagai tempat untuk mempromosikan usaha mitra. Dalam hal ini, Mitra juga mendapatkan praktek langsung untuk mencoba menggunakan akun tersebut pada Android.
3. Kegiatan ketiga adalah evaluasi hasil kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar mitra merasa kegiatan ini bermanfaat untuk meningkatkan jumlah konsumen kedepannya. Para pengurus melakukan evaluasi dengan cara mengambil kesimpulan melalui wawancara untuk mengetahui apakah kegiatan ini sudah dipahami dan bermanfaat bagi mitra.

Adapun tahapan dalam pengabdian ini seperti pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Rencana Kegiatan

Tim pelaksana PKM ITB Stikom Bali mampu menyelesaikan program pengabdian ini dengan baik karena didukung oleh SDM berkualifikasi dalam bidang teknik, informatika, dan seni. Dengan ragam disiplin ini diharapkan pelaksanaan kegiatan menjadi lebih lancar dan mampu mencapai sasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Jadwal Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini diberikan kepada pemilik usaha wastra pelinggih dengan mendiskusikan mengenai penerapan digital marketing sebagai upaya melakukan pemasaran produk yang dihasilkan secara online. Jadwal kegiatan pengabdian ini dapat terlihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pelatihan

No.	Waktu Kegiatan	Nama Kegiatan
1	13.00 Wita	Sesi Perkenalan
2	13.30 Wita	Penjelasan Promosi <i>Online</i>
3	14.00 Wita	Pelatihan Pembuatan akun Facebook dan Instagram
4	15.00 Wita	Penutupan

2. Pelaksanaan Kegiatan

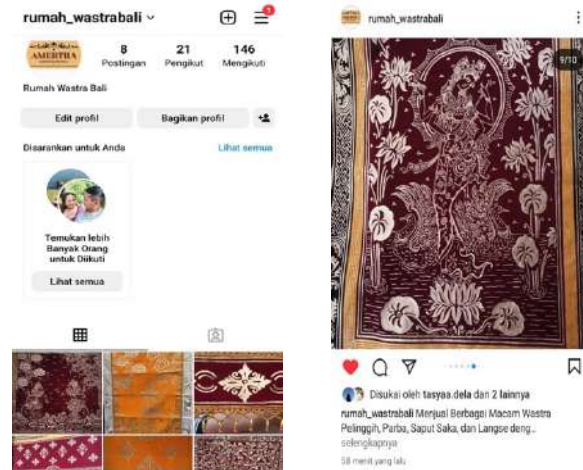
Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam dua hari yaitu pada hari pertama dimulai dengan sosialisasi kegiatan dan memperkenalkan tim pengabdian dan menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan. Pemberi materi dalam kegiatan ini adalah I Putu Widyarsna, S.T., M.T., CST dan dibantu oleh Putu Eny Suhardiyani, ST., MT serta 2 orang dosen. Kegiatan pertama adalah menjelaskan pentingnya promosi *online* sebagai alternatif penjualan yang lebih praktis. Mitra diberikan pengertian mengapa usaha harus memiliki *digital marketing* untuk memperluas pasar mitra. Kegiatan kedua adalah pelatihan dan penerapan sosial media melalui Instagram dan Facebook. Mitra diarahkan untuk membuat akun toko dengan menggunakan sosial media. Kegiatan terakhir adalah penutupan berupa evaluasi dan wawancara selama kegiatan.



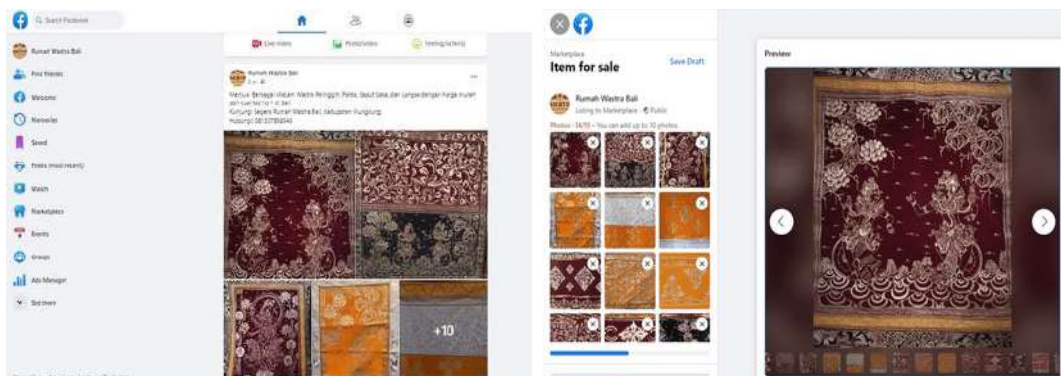
Gambar 2. Pelatihan promosi *online*

3. Luaran Kegiatan

Luaran kegiatan dalam pengabdian ini adalah akun Facebook dan Instagram usaha mitra. Akun Instagram dapat terlihat pada Gambar 3 dan akun Facebook terlihat pada Gambar 4. Pada Gambar 3 terlihat iklan akun Instagram milik mitra yang bernama Amertha Rumah Wastra Bali, akun ini sudah dibuat oleh mitra dan diisi 14 postingan di dalamnya. Mitra sudah diajarkan untuk mencoba mengiklankan postingannya, dimana mitra sudah mendapat 21 akun yang mengikuti.



Gambar 3. Iklan Akun Instagram



Gambar 4. Iklan Akun Facebook

4. Evaluasi Kegiatan

Dalam kegiatan ini dilakukan evaluasi dari hasil pelatihan yang telah diberikan. Teknik evaluasi yang diberikan adalah dengan melakukan wawancara terhadap mitra, dimana kuisisioner yang disebarakan bersifat terbuka yaitu mitra memberikan ulasan dan tanggapan hasil dari kegiatan yang telah dilakukan.

Tabel 2. Hasil Wawancara

No.	Pertanyaan	Simpulan Jawaban
1.	Apakah materi yang disampaikan mudah dipahami ?	Materi mudah dipahami karena sudah sesuai dengan yang diajarkan dan pemberi materi menjelaskan dengan baik.
2.	Apakah materi yang diberikan sesuai dengan tema pelatihan ?	Materi yang diberikan sangat sesuai dengan tema pelatihan.
3.	Apakah materi yang diberikan dapat memberikan manfaat untuk pekerjaan Ibu ?	Sangat bermanfaat dikarenakan berkat pemberian materi ini usaha menjadi memiliki akun iklan usaha wastra pelinggih di sosial media.
4.	Bagaimana pendapat Bapak/Ibu mengenai materi yang telah diberikan ?	Sangat bermanfaat dan menyenangkan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa kegiatan berjalan lancar, mitra dapat memahami materi yang telah diberikan. Mitra juga merasa akun facebook dan Instagram membuat usaha mereka makin dikenal oleh masyarakat serta materi yang disampaikan saat pelatihan sangat bermanfaat untuk pekerjaan mereka. Mitra berharap dengan menggunakan sosial media, penjualan akan memiliki jangkauan pasar lebih luas, fleksibilitas dalam berbelanja, dan dapat memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen. Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan untuk masuk ke dalam platform

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali karena sudah membantu dalam memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terimakasih kepada mitra Ni Wayan Sitiari karena telah memberikan kesempatan kepada kami untuk bisa melakukan kegiatan PKM ini hingga dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan jadwal yang direncanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sanjaya, et. al. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Titib, I. M. (2000). *Teologi & Simbol-Simbol Dalam Agama Hindu*. Surabaya: Paramita
- Wiana, I. K. (2009). *Suksmaning Banten*. Surabaya: Paramita
- Wahyu L. (2021). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial*. Makalah Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial:Accessed 5 Januari 2023
- Yudabakti, I. W. (2007). *Filsafat Seni Sakral dalam Kebudayaan Bali*. Surabaya: Paramita