

## **PELATIHAN DIGITALISASI PROMOSI DAN PEMBUATAN LOGO/BRAND PADA PRODUK UMKM TENUN HJ SAIBA WAWO KAMBILO**

**Syafitri<sup>1</sup>, Putri Nurfajriah<sup>2</sup>, Nunung Anjani<sup>3</sup>, Rosdianti<sup>4</sup>, Kortun Nada Rahmania<sup>5</sup>, Sulas Ade Putri<sup>6</sup>, Aris Munandar<sup>7</sup>**

[syafitri.stiebima20@gmail.com](mailto:syafitri.stiebima20@gmail.com)<sup>1</sup>, [putrinurfariah.stiebima20@gmail.com](mailto:putrinurfariah.stiebima20@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[nununganjan1.stiebima20@gmail.com](mailto:nununganjan1.stiebima20@gmail.com)<sup>3</sup>, [rosdianti.stiebima20@gmail.com](mailto:rosdianti.stiebima20@gmail.com)<sup>4</sup>,  
[kortunnadarahmania.stiebima20@gmail.com](mailto:kortunnadarahmania.stiebima20@gmail.com)<sup>5</sup>, [sulasadeputri.stiebima.20@gmail.com](mailto:sulasadeputri.stiebima.20@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[aris.stiebima@gmail.com](mailto:aris.stiebima@gmail.com)<sup>7</sup>

**STIE Bima**

### **ABSTRACT**

Desa kambilo, wawo memiliki potensi pertanian dan Fashion budaya yang cukup beragam yang terdiri dari, tenun, jambu biji, kunyit, kopi, singkong, dan lain-lain. Sebagian dari masyarakat Desa kambilo adalah penenun. Model pemasaran masyarakat masih tergolong konvensional melalui pasar tradisional, belum intens pemasaran digital sebagai perluasan pasar. Tujuan kegiatan kami untuk membantu masyarakat Desa kambilo mengembangkan ekonomi kreatif berbasis potensi Desa. Adapun metode yang dilakukan antara lain, Pelatihan branding dan pengemasan produk, serta pelatihan digital marketing. Masyarakat juga belum terlalu memahami packaging dan promosi yang menarik dari produk yang dimiliki akan menambah nilai jual terhadap produk. masyarakat bisa menggunakan platform yang paling sederhana seperti facebook dan whatsapp untuk proses marketing. Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumensi.

**Kata Kunci:** Ekonomi Kreatif, Desa Kambilo, Tenun Tradisional

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi kreatif atau industri kreatif mempunyai perhatian besar dalam sektor ekonomi sebagai bentuk kepedulian pemerintah terhadap kontribusi dalam membangun pertumbuhan ekonomi. Industri kain tenun merupakan warisan budaya Indonesia yang turut berpartisipasi dalam meningkatnya pertumbuhan ekonomi kreatif. Terdapat beberapa daerah di Indonesia sebagai penghasil kain tenun yang mempunyai nilai jual tinggi. Desa kambilo wawo dengan penghasil kain tenun secara turun-temurun dengan menggunakan alat tenun tradisional. Produk yang dihasilkan berupa sarung (tembo ngoli) dengan motif yang beragam.

Dalam kaitannya dengan industri kain tenun permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya penguasaan teknologi serta kurangnya pemahaman strategi pemasaran. Inovasi teknologi menandai perubahan kinerja ekonomi menjadi berbasis teknologi yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Adanya inovasi berbasis teknologi ini sangat dibutuhkan agar memiliki keunggulan ekonomi melalui produk dengan daya saing yang tinggi.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM agar mampu bertahan dengan perkembangan teknologi saat ini, maka diperlukan adanya pemanfaatan teknologi e-commerce sebagai bentuk inovasi teknologi. E-commerce adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan dengan menggunakan sarana media elektronik (internet). Selain itu e-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antar perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan

informasi secara elektronik.

### **UMKM**

UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM menurut M.kwartono adalah kegiatan ekonomi rakyat yang punya kekayaan bersih maksimal Rp.200.000.000, dimana tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Menurut rudjito (2003) UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Menurut purba (2019) UMKM adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan. Menurut UU No.20-2018 UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

### **KAIN TENUN**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) tenun adalah hasil kerajinan yang berupa bahan (kain) yang dibuat dari benang (kapas, sutra, dan sebagainya) dengan cara memasuk-masukkan pakan secara melintang pada lungsin. Menurut Affendi (1995) tenun merupakan proses pembuatan kain dengan menggabungkan benang-benang yang melintang memanjang maupun melebar. Menurut Widati dan poerwadarminta (2002,115) mengartikan tenun sebagai hasil kerajinan berupa kain dari bahan yang dibuat benang (kapas, sutra, dan sebagainya) dengan cara memasukan bahan secara melintang pada lusi.

Beberapa daerah di Indonesia memiliki kain khasnya sendiri, termaksud di kota bima, nusa tenggara barat, yang memiliki kain tenun tradisional yang sudah turun-temurun. Lain tersebut diberi nama kain Mbojo atau kain orang bima. Kain Mbojo atau kain orang bima ini sudah ada sejak zaman kerajaan bima dulu dan sering digunakan oleh kaum wanita disana. Kain Mbojo memiliki beragam motif dan warna. Model kain tenun Mbojo yang cukup tenar kini adalah yang memadukan lebih dari tiga warna dan ditenun membentuk gambar zig-zag. Kain ini disebut oleh orang asli Bima sebagai kain yang cocok dipakai di segala cuaca, baik cuaca panas maupun dingin. kain Mbojo juga menjadi bagian dari runutan sejarah kerajaan Islam yang ada di Bima. Pada era kesultanan sebelum tahun 1960, kain Mbojo merupakan kain yang dipakai sehari-hari oleh warga Bima. Meski kini sudah banyak yang beralih ke hijab biasa, rimpu dari kain Mbojo sempat menjadi pakaian wajib bagi perempuan di Bima.

### **METODE PENELITIAN**

1. Penyuluhan tentang manajemen Kegiatan ini memaparkan pengetahuan untuk merancang pengembangan bisnis yang terdiri dari : Produk (jumlah dan jenisnya), Pemasaran (target dan sasaran usaha), Manajemen, Struktur Modal, Keuangan dan rencana pendanaan, proyeksi keuangan, dan lain-lain.
2. Penyuluhan Manajemen Usaha Kegiatan mepaparkan tentang manajemen usaha. Yaitu bagaimana megelola kegiatan operasioanl usahanya seperti : Melakukan pengadaan kain tenun, penyediaan bahan pembantu dan pengemasan serta bagaimana menetapkan harga jual dan lain sebagainya.
3. Penyuluhan tentang pengelolaan keuangan dalam kegiatan ini membutuhkan tentang arti penting bagaimana mengelola modal usaha terutama modal yang digunakan untuk membiayai kegiatan produksi kain tenun menjadi sarung, yang mana biaya usaha harus tercatat secara baik dalam bentuk aliran kas (cash flow) untuk mengetahui perkembangan jumlah modal usaha setiap saat. Disamping itu pula perlu pengaturan keuangan usaha lebih lanjut dalam bentuk penyusunan laporan keuangan yaitu

dalam bentuk laporan keuangan sederhana untuk mengetahui laba rugi dan kondisi keuangan bulanan sampai dengan tahunan dalam bentuk neraca serta laporan perubahan modal. Dalam pelaksanaan pembimbingan umkm sebagai mitra di Wawo Kambilo Kec. Wawo ini diharapkan menghasilkan beberapa output dalam bentuk Target luaran dalam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian serta pembahasan dari hasil penelitian tersebut. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk foto dan tabel yang merupakan rangkuman dari hasil penelitian. Foto dan tabel tersebut ditampilkan sesuai dengan jenis sub bahasan sehingga diharapkan dapat memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian ini.

Pembahasan yang tercakup adalah Pelaksanaan kegiatan bimbingan kepada mitra umkm terkait produk lulur kunyit telah dilaksanakan dengan kegiatan penyuluhan tentang manajemen usaha, manajemen dan pengelolaan keuangan usaha. Keanggotaan sudah mulai merencanakan usaha lulur kunyit ini bisa menjadi produk yang berdaya guna bagi kepentingan internal Kelompok sekaligus sebagai tambahan penghasil untuk operasional umkm, pengelolaan Keuangan Pengelolaan keuangan menjadi sangat penting dalam suatu usaha.

Desa wawo kambilo termaksud desa dengan rata-rata penduduk melakukan kegiatan menenun. salah satunya ibu HJ.saiba 83 tahun, beliau memulai kegiatan menenun pada tahun 1960an. Dalam sebulan beliau menenun 3-4 lembar sarung dengan tarif harga 300rb perlembar sarung. Kadang ibu HJ. saiba membuat sarung tenun sesuai request ada yang polos dan bergaris serta corak atau berupa motif.



Gambar 1. dokumentasi & wawancara produk tenun ibu HJ. Saibah

## DIGITAL MARKETING

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis digital. Sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya, penggunaan media digital diharapkan mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. Kleindl dan Burrow (2005) mendefinisikan digital marketing sebagai suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi.

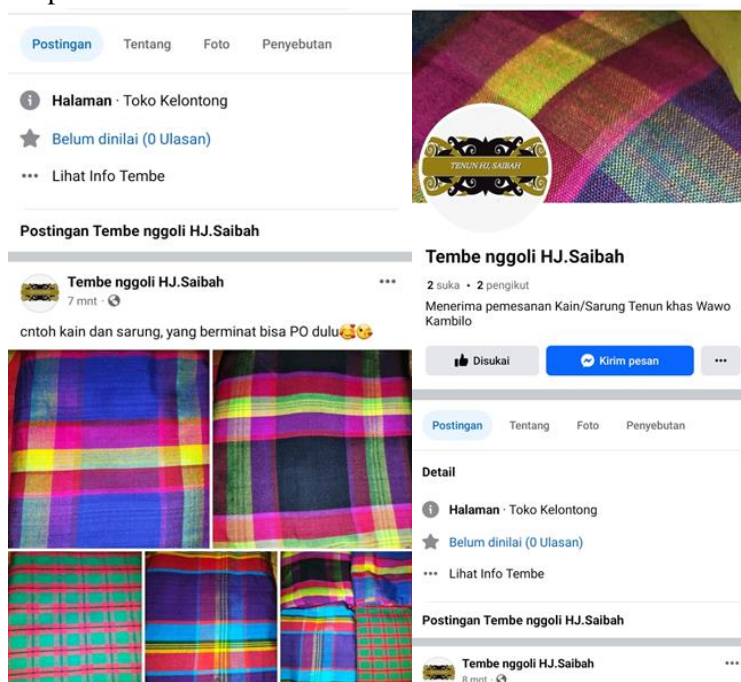
Menurut Dibussi Tande (2018), digital marketing adalah teknik pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media digital. Termasuk internet, perangkat seluler, dan perangkat lunak. Tujuannya untuk mencapai target yang sudah ditetapkan. Menurut Coviello, Milley, dan Marcolin (2001), pengertian digital marketing adalah pemanfaatan teknologi dengan gaya yang interaktif, dalam rangka membuat ruang komunikasi yang tepat antara target pasar dengan perusahaan.



Gambar 2. dokumentasi pelatihan melakukan pendaftaran akun market place shopee pada anak ibu HJ. Saibah

Kami memberikan pelatihan tentang digital marketing kepada anak dari HJ. saibah, seperti cara membuat akun penjualan di shopee, serta cara penggunaan akun shopee tersebut, cara mengupload foto produk. Serta cara membuat halaman promosi pada facebook dan cara mengupload sarung/kain hasil tenunan.

Contoh halaman dan promosi kain



## BRAND

Brand sendiri adalah nama dari produk atau jasa yang berasal dari sumber yang spesifik. Merek atau brand adalah suatu tanda atau simbol yang terdiri dari nama, istilah, gambar, logo, lambang, desain atau kombinasi dari semua itu yang ditujukan untuk mengidentifikasi, mendefinisi atau memberi identitas kepada suatu barang atau layanan (jasa) dari suatu penjual serta membedakannya dari pesaing.

Contoh logo/brand pada produk tenun ibu HJ.Saibah



Gambar 3. dokumentasi pelatihan cara membuat/desain logo

## KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan bimbingan kepada mitra umkm terkait sarung tenun telah dilaksanakan dengan kegiatan penyuluhan tentang manajemen usaha, manajemen dan pengelolaan keuangan usaha. Berikut adalah hasil yang telah dicapai dalam pelaksanaan kegiatan bimbingan.

Kelompok memahami manajemen usaha mengelola suatu usaha bukan hal yang mudah untuk dilakukan. Pelaku umkm harus memastikan roda usaha berjalan dengan baik dan tentu saja mencapai target yang telah dibuat. Manajemen usaha yang efektif berupaya menggabungkan sumber sumberdaya dasar dalam bentuk organisasi yang memaksimalkan

keuntungan. Dalam manajemen usaha perencanaan, pengorganisasian, pengendalian sumberdaya usaha harus bisa dimaksimalkan oleh umkm. Ke'anggotaan sudah mulai melakukan promosi dan bisa menjadi produk yang berdaya guna bagi kepentingan internal Kelompok sekaligus sebagai tambahan penghasilan untuk operasional umkm, pengelolaan Keuangan Pengelolaan keuangan menjadi sangat penting dalam suatu usaha. Ketika pengelolaan keuangan bagus maka eksistensi dari lembaga tersebut akan diakui oleh semua pihak. Pengelolaan keuangan tidak semudah kita bayangkan jika hal ini di kerjakan oleh usaha.

Laporan Keuangan dihitung per 1 bulan

	PENGELUARAN	PEMASUKAN	LABA KOTOR	LABA BERSIH
TGL: 23/11/2023	Rp.550.000	-	-	-
TGL: 25/12/2023	Rp. 50.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.100.000	Rp. 600.000

**DAFTAR PUSTAKA**

<http://m.akurat.co.id> Diakses tanggal 23 Agustus 2021 <http://www.jiptumpp-gdl-upayapanti-42262-babip-3.pdf> dikutip tanggal 23 Agustus 2021)Kasmir,2006.Kewirausahaan,.PTRajaGrafindoPersada,JakartaSebanyak 5000 IMKM di NTB terdampak Covid 19

Suharto, Edi. (2017). Membangun Masyarakat, Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerja Sosial. Bandung: PT Refika Aditama.Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro,Kecil, dan Menengah

<https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PSNCFEB/article/view/5167>

<https://untan.ac.id>

<https://media.neliti.com>

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html>

<https://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>

<https://sukorejo.semarangkota.go.id>

<https://jurnal.uns.ac.id>

<https://jom.universitassuryadarma.ac.id>

<https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm#>

<https://ditsmp.kemdikbud.go.id/yuk-mengenal-ragam-tenun-nusantara/#:~:text=Menurut%20Kamus%20Besar%20Bahasa%20Indonesia,dari%20Oberbagai%20daerah%20di%20Indonesia>

<https://repository.trisakti.ac.id>

<https://ejurnal.stiesyariahengkalis.ac.id>

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbbali/keindahan-kain-tenun-mbojo-cermin-budaya-khas-bima/>

<https://greatnusa.com/artikel/digital-marketing-adalah/>

[https://pasla.jambiprov.go.id/digital-marketing-defenisi-jenis-dan-strategi/#:~:text=Kleindl%20dan%20Burrow%20\(2005\)%20mendefinisikan,%2C%20harga%2C%20promosi%20dan%20distribusi](https://pasla.jambiprov.go.id/digital-marketing-defenisi-jenis-dan-strategi/#:~:text=Kleindl%20dan%20Burrow%20(2005)%20mendefinisikan,%2C%20harga%2C%20promosi%20dan%20distribusi)

<https://www.qubisa.com/article/digital-marketing-menurut-ahli>

<https://disperdagin.tanjungpinangkota.go.id/index.php/kegiatan/1706-apa-itu-brand#:~:text=Definisi%20awal%20dari%20brand%20sendiri,%E2%80%9Ctrademark%E2%80%9D%20atau%20merek%20dagang>

<https://www.kajianpustaka.com/2020/05/merek-brand.html?m=1#:~:text=Merek%20atau%20brand%20adalah%20suatu,penjual%20serta%20membedakannya%20dari%20pesaing>