

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN E-COMMERCE UNTUK PROMOSI DAN PEMASARAN HASIL PRODUK HANDCRAFT LAMPUNG

Ossy Dwi Endah Wulansari¹, Akmal Junaidi¹, Bambang Hermanto¹, TM Zaini²

¹Jurusan Ilmu Komputer FMIPA, Universitas Lampung

²Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Penulis Korespondensi : ossy.dwiendah@fmipa.unila.ac.id

Abstrak

Dalam era globalisasi, pengembangan sektor ekonomi kreatif dan dukungan kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Galeri Kalianda, sebuah UMKM yang memfokuskan pada kain Tapis khas Lampung, menghadapi tantangan dalam mempertahankan tradisi budaya sambil bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dua permasalahan utama yang dihadapi oleh Galeri Kalianda adalah ketiadaan situs *web* resmi dan katalog produk *online*. Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu Galeri Kalianda mengembangkan situs *web* resmi yang efektif dan menciptakan katalog produk *online* yang dapat diakses sepanjang waktu. Program ini diharapkan dapat meningkatkan pemasaran produk kain Tapis Lampung secara *online*, mendukung pertumbuhan Galeri Kalianda, serta memperkuat identitas kultural melalui platform digital.

Kata Kunci: Pelatihan, UMKM, *Website*

Abstract

In the era of globalization, the development of the creative economy sector and support for Small and Medium-sized Enterprises (UMKM) play a crucial role in enhancing a country's economic growth. Galeri Kalianda, a UMKM that specializes in traditional Lampung Tapis fabric, faces challenges in preserving cultural traditions while competing in an increasingly competitive market. Galeri Kalianda encounters two primary issues: the absence of an official website and an online product catalog. The goal of this initiative is to support Galeri Kalianda in developing an effective official website and creating an online product catalog that is accessible anywhere and every time. This program aims to enhance the online marketing of Lampung Tapis fabric products, support the growth of Galeri Kalianda, and strengthen cultural identity through a digital platform.

Keywords: Training, UMKM, *Website*

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, sektor ekonomi kreatif memegang peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenkraft, 2023) menunjukkan bahwa ekonomi kreatif telah menyumbang sekitar 17.64% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2021, menegaskan potensi besar sektor ini untuk meningkatkan daya saing dan kontribusi ekonomi nasional.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga memainkan peran signifikan dalam perekonomian Indonesia dan pelestarian warisan budaya lokal (Halim, 2020). Galeri Kalianda, sebuah UMKM yang berfokus pada sektor fesyen dengan spesialisasi dalam Kain Tapis Lampung, adalah contoh bagaimana UMKM dapat mempertahankan warisan budaya sambil beradaptasi dengan tuntutan pasar.

Kain Tapis Lampung adalah produk istimewa yang mencerminkan warisan budaya Lampung dan keterampilan unik dalam sulaman benang emas, perak, atau sutera (Kemendiknas, 2023). Namun, untuk mempertahankan daya saing, Galeri Kalianda menghadapi dua permasalahan utama terkait pemasaran *online*. Pertama, situs *web* resmi yang tidak terpelihara menghambat interaksi dengan pelanggan. Kedua, ketiadaan katalog produk *online* yang tersedia sepanjang waktu menghambat upaya galeri dalam memberikan akses cepat dan informasi produk yang lengkap (Dewi et. Al, 2019).

Dalam konteks ini, kegiatan ini bertujuan untuk membantu Galeri Kalianda mengembangkan dan memelihara situs *web* resmi yang efektif dan menciptakan katalog produk *online* yang selalu tersedia. Tujuan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas Galeri Kalianda secara *online*, mempermudah pelanggan dalam menjelajahi dan memilih produk, serta memperkuat daya saing galeri.

2. METODE

Metode pelaksanaan yang akan diterapkan dalam program pengabdian ini mencakup serangkaian tahapan sebagai berikut:

- 1) *Survey dan Identifikasi Kebutuhan*: Kegiatan diawali dengan melakukan survey langsung ke Galeri Kalianda. Pada tahap ini, tim pengabdian akan berkenalan dengan Ibu Roslina Daan, pemilik galeri, untuk memahami lebih dalam permasalahan yang dihadapi serta mengidentifikasi kebutuhan spesifik mitra.
- 2) *Perancangan Website*: Setelah kebutuhan teridentifikasi, tahap selanjutnya adalah perancangan *website* yang akan mencakup fitur katalog produk dan memastikan kemudahan dalam mengelola konten oleh Galeri Kalianda.
- 3) *Pengembangan Website*: Setelah perancangan selesai, tim pengabdian dan mahasiswa dari Universitas Lampung akan mulai mengembangkan *website* menggunakan platform Google Site sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.
- 4) *Pelatihan*: Selama tahap pengembangan, tim pengabdian akan memberikan pelatihan kepada karyawan Galeri Kalianda tentang cara mengelola konten di *website*, termasuk cara mengunggah deskripsi produk, harga, bahan, ukuran, dan gambar produk.

Metode berisi uraian tentang cara menyelesaikan masalah. Bagian ini memuat kelompok masyarakat yang menjadi sasaran, lokasi kegiatan, metode yang digunakan, materi kegiatan dan evaluasi kegiatan pengabdian yang dilaksanakan. Contoh metode: a) Difusi Ipteks, misalnya kegiatan yang menghasilkan produk bagi masyarakat, b) Pelatihan, misalnya kegiatan yang disertai percontohan untuk menghasilkan keterampilan tertentu, c) Mediasi, misalnya kegiatan pengabdian sebagai

mediator dalam menyelesaikan masalah yang ada dalam masyarakat, d) Advokasi, misalnya kegiatan pendampingan terhadap masyarakat tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

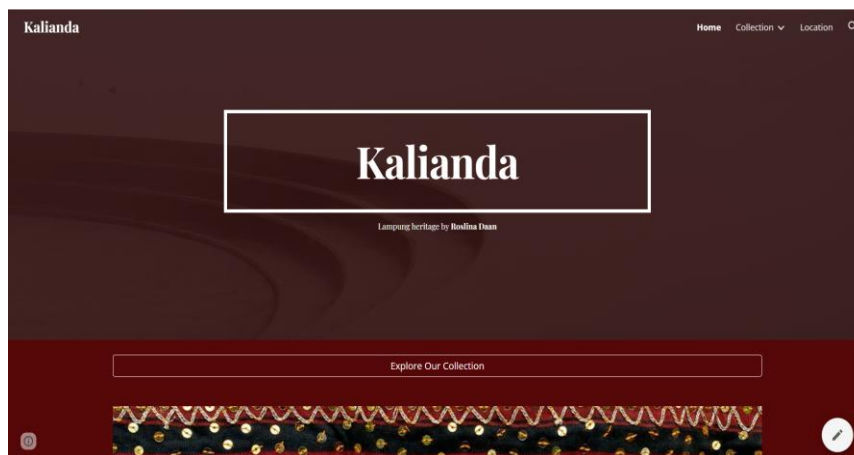
Waktu pelaksanaan kegiatan ini akan mencakup periode 3 minggu, dimulai dari akhir September hingga pertengahan Oktober. Tahap awal akan berfokus pada survey dan identifikasi kebutuhan bersama mitra, yaitu Galeri Kalianda. Setelah itu, tim pengabdian akan merancang dan mengembangkan *website* selama beberapa hari untuk memastikan bahwa platform tersebut sesuai dengan kebutuhan mitra. Proses pengembangan akan dilakukan dengan melibatkan tim pengabdian bersama mahasiswa dari Universitas Lampung, yang akan secara intensif bekerja pada *website* untuk memastikan kualitas dan kemudahan penggunaan. Pelatihan untuk karyawan galeri akan dilakukan di minggu terakhir periode pelaksanaan.

3.2 Jalannya Kegiatan

Selama tiga minggu kegiatan, kami melakukan survei awal dan berinteraksi dengan Galeri Kalianda untuk memahami kebutuhan dan kendala yang mereka hadapi dalam memasarkan produk secara *online*. Kami kemudian akan merancang dan mengembangkan *website* yang sesuai dengan kebutuhan galeri ini, termasuk menyediakan fitur katalog produk dan modul panduan penggunaan. Setelah itu, kami akan memberikan pelatihan kepada karyawan galeri tentang cara mengelola konten di *website*, seperti mengunggah gambar produk, mengubah harga, dan mengelola tampilan produk secara *online*. Evaluasi akhir akan dilakukan untuk memastikan *website* berfungsi dengan baik. Semua kegiatan ini akan dilakukan di lokasi Galeri Kalianda.

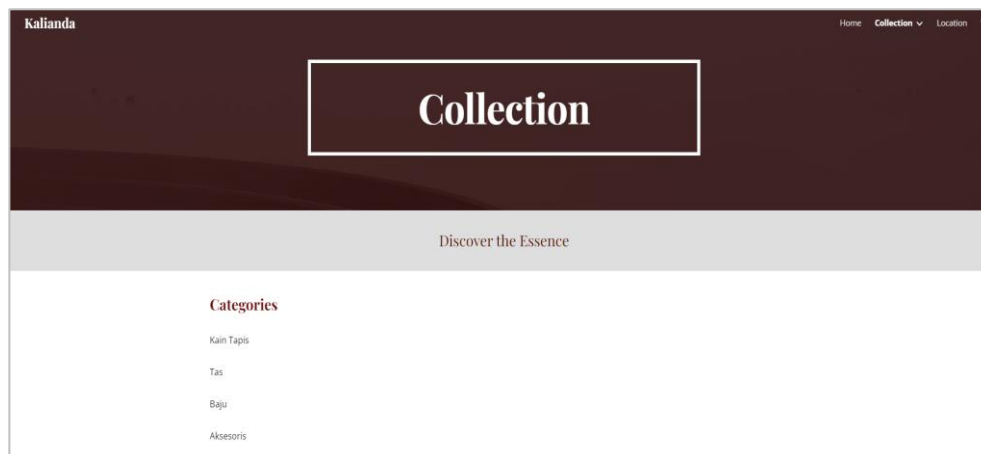
3.3 Hasil Kegiatan

Hasil dari kegiatan ini adalah berdirinya sebuah *website* yang khusus dibuat untuk Galeri Kalianda. *Website* ini menyediakan fitur katalog yang memungkinkan galeri untuk menampilkan informasi produk mereka secara *online*, termasuk gambar produk, spesifikasi, dan harga. Selain itu, para karyawan galeri telah dilatih untuk mengelola konten di *website* ini, sehingga mereka dapat secara mandiri mengupdate dan memaintain informasi produk mereka. Hal ini akan membantu galeri dalam memperluas jangkauan pemasaran produk mereka, terutama secara *online*. Dengan adanya *website* ini, diharapkan Galeri Kalianda dapat meningkatkan akses informasi produk mereka dan lebih efektif dalam memasarkan produk-produk anyaman tradisional khas Lampung. Berikut adalah tampilan antar muka *website*.

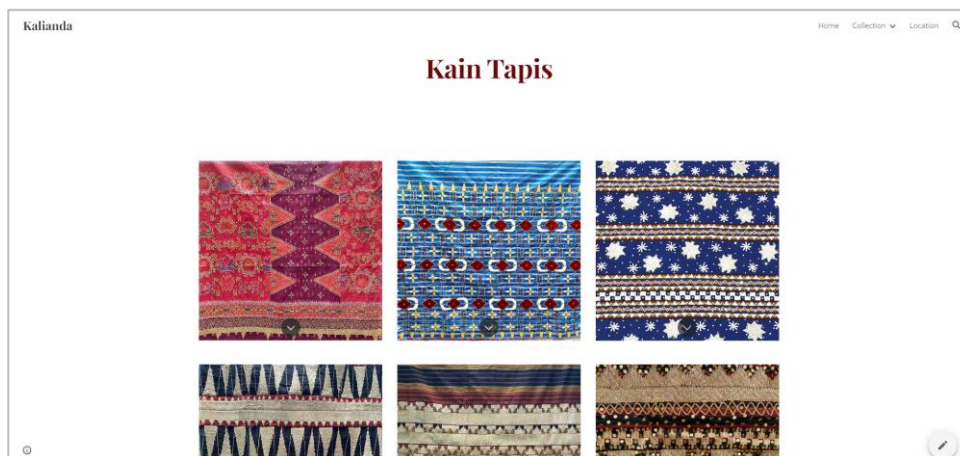


Gambar 1. Tampilan Laman *Home*

Fitur "Home" (Gambar 1) pada *website* adalah halaman awal atau landing page yang berfungsi sebagai pengantar utama ke galeri Kalianda. Pada halaman ini, pengunjung akan menemukan informasi singkat tentang galeri, mungkin sejarah singkatnya, tujuan, dan gambaran umum tentang apa yang dapat mereka temui di situs *web*. Tujuannya adalah untuk memberikan pengguna gambaran tentang apa yang bisa mereka harapkan dan memandu mereka dalam menjelajah situs.

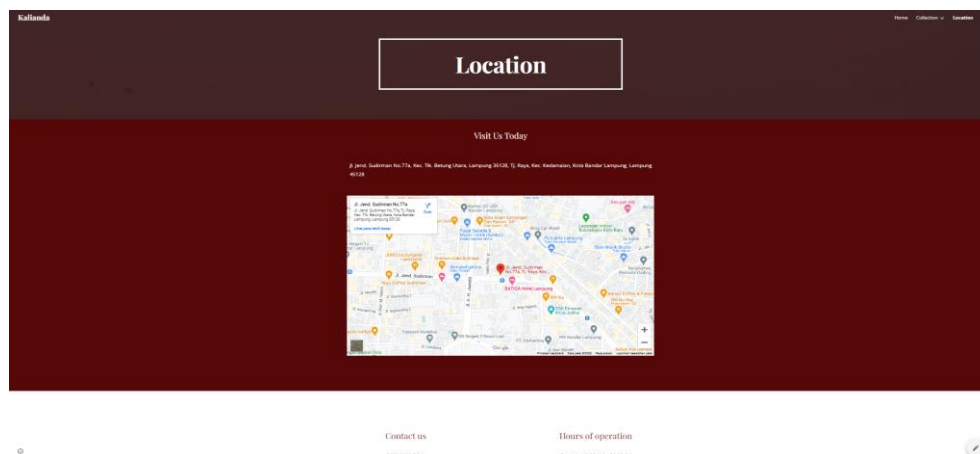


Gambar 2. Tampilan Laman *Collection*



Gambar 3. Tampilan Laman Kain Tapis

Fitur "Collection" (Gambar 2) adalah bagian yang menampilkan katalog produk yang tersedia di galeri Kalianda. Katalog ini dibagi menjadi tiga submenu, yaitu: Kain Tapis (Gambar 3), Tas, Baju, dan Aksesoris. Dalam submenu ini, pengguna akan menemukan gambar, deskripsi, dan mungkin harga dari produk-produk tersebut. Pengguna dapat menavigasi antara submenu untuk melihat berbagai jenis produk yang ditawarkan.



Gambar 4. Tampilan Laman *Location*

Fitur "Location" (Gambar 4) berisi informasi tentang alamat galeri, peta lokasi (biasanya dengan peta Google Maps terintegrasi), nomor kontak yang dapat dihubungi, dan jam operasional galeri. Ini adalah informasi penting yang membantu calon pelanggan menemukan galeri fisik jika mereka ingin mengunjunginya. Juga, nomor kontak dan jam operasional akan membantu pelanggan menghubungi galeri atau mengetahui kapan galeri tersebut buka. Dengan kata lain, fitur "Location" adalah panduan praktis bagi pengguna yang ingin mengunjungi galeri fisik atau ingin berhubungan langsung dengan galeri.

Hasil pengabdian berisi tentang deskripsi bagaimana kegiatan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Hasil tersebut terdiri dari hasil secara kuantitatif maupun kualitatif dari kegiatan pengabdian. Jika terdapat tabel/ gambar berisi paparan hasil yang sudah bermakna dan mudah dipahami maknanya secara jelas dan tepat. Tabel/bagan/gambar tidak berisi data mentah yang harus diolah dahulu. Uraikan juga keunggulan dan kelemahan luaran atau fokus utama kegiatan dilihat dari kesesuaian kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Jelaskan juga tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun produksi barang/jasa serta kemungkinan perluasan/pengembangannya pada masa yang datang.

4. KESIMPULAN

Kegiatan ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Galeri Kalianda terkait dengan keberadaan *online* mereka yang terbatas. Dalam upaya membantu mitra mencapai eksistensi yang lebih kuat dalam ranah digital, tim pengabdian dan mahasiswa dari Universitas Lampung merancang, mengembangkan, dan meluncurkan sebuah *website* khusus untuk galeri ini. *Website* ini dilengkapi dengan fitur-fitur penting seperti katalog produk yang memungkinkan galeri untuk menampilkan produk mereka secara *online*. Selain itu, para karyawan galeri juga diberikan pelatihan untuk mengelola konten di *website* tersebut. Hasil dari kegiatan ini adalah berdirinya sebuah platform digital yang akan membantu Galeri Kalianda memperluas jangkauan pemasaran produk mereka, terutama secara *online*.



Daftar Pustaka

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, "PDB Ekonomi Kreatif," 2023. [Online]. Available: <https://katalog.data.go.id/dataset/pdb-ekonomi-kreatif>.
- Halim. A, "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju (2020)," *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, vol. 1, no. 2, pp. 157-72.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, "Tapis," 2023. [Online]. Available: <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailTetap=19>.
- F. C. Dewi, A. Nurfithriyya, Susiana, R. Rakhmawati and B. S. Anggoro, (2019) "Etnomatematika Eksplorasi Tapis Lampung Sebagai Sumber Belajar dalam Upaya Melindungi Warisan Budaya Lampung," *James: Journal of Mathematics Education and Science*, vol. 2, no. 2, pp. 61-68.