



Pelatihan Digital Marketing Penjualan Sarung Goyor untuk Ibu-Ibu Warga Desa Wanarejan Utara Pemalang

Imam Ahmad Ashari^{*}, Iis Setiawan Mangku Negara², Farida Istiningrum³

^{1,2,3}Universitas Harapan Bangsa, Jl. K.H. Wahid Hasyim, No. 274-A, Windusara, Karanglesem, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53144, Indonesia

¹imamahmadashari@uhb.ac.id*; ²iissmn@uhb.ac.id; ³farida@uhb.ac.id

Artikel History:

Received: 2022-12-15 / Received in revised form: 2023-01-27 / Accepted: 2023-01-31

ABSTRACT

The goyor sarong is a potential home industry in the village of North Wanarejan (wan-ut) Pemalang. The majority of villagers' livelihoods are working in this industry. One way to increase the potential of this village is to market this product as widely as possible. Digital marketing is a marketing technique that can be used to increase sales with a wide range. Internet media helps reach consumers widely. The majority of wan-ut village women are housewives and freelance workers in this industry. Therefore, it is appropriate to provide training so that village women become creative and can generate more income. The training that can be provided is digital marketing training. It is hoped that with the provision of digital marketing knowledge, mothers can be creative to help promote the potential products of this village. Service activities regarding digital marketing for selling goyor sarongs can be carried out properly. A total of 12 participants attended, of which 4 had good knowledge of digital marketing, 7 were quite good and 1 was still basic. In addition to the theory of digital marketing techniques, practice on how to sell goyor sarongs via digital is also given. Participants try to sell goyor sarong products through the Facebook marketplace and then create sales content via Instagram. The training was successfully implemented and it is hoped that the knowledge imparted will be useful in the future.

Keywords : sarong goyor, village potential, digital marketing

ABSTRAK

Sarung goyor merupakan potensi *home industry* yang ada di desa Wanarejan Utara (wan-ut) Pemalang. Mayoritas mata pencaharian warga desa adalah bekerja di industri ini. Salah satu cara untuk meningkatkan potensi desa ini adalah dengan memasarkan produk ini seluas luasnya. Digital marketing adalah teknik pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dengan jangkauan yang luas. Media internet membantu menjangkau konsumen secara luas. Ibu-ibu desa wan-ut mayoritas adalah ibu rumah tangga dan buruh lepas di industri ini. Oleh karena itu cocok diberikan pelatihan agar ibu-ibu warga desa menjadi kreatif dan dapat menghasilkan penghasilan lebih. Pelatihan yang dapat diberikan adalah pelatihan digital marketing. Di harapkan dengan diberikannya pengetahuan digital marketing ibu-ibu dapat berkreatifitas untuk membantu mempromosikan produk potensi desa ini. Kegiatan pengabdian tentang digital marketing untuk penjualan sarung goyor dapat dilaksanakan dengan baik. Total 12 peserta yang hadir, dimana 4 diantaranya mempunyai pengetahuan yang baik tentang digital marketing, 7 cukup baik dan 1 masih dasar. Selain teori teknik pemasaran digital, praktik cara

* Imam Ahmad Ashari

Tel.: -

Email: imamahmadashari@uhb.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



menjual sarung goyor lewat digital pun diberikan. Peserta mencoba menjual produk sarung goyor melalui marketplace facebook dan kemudian membuat konten penjualan lewat instagram. Pelatihan berhasil dilaksanakan dan diharapkan ilmu yang disampaikan akan berguna ke depannya.

Kata kunci : sarung goyor, potensi desa, digital marketing

1. PENDAHULUAN

Era Disrupsi dalam faktanya memberikan ruang terbuka terhadap perubahan sistem dan tatanan masyarakat secara luas dan dalam segala bidang (Apriandi et al., 2022). Era disrupsi merambah hampir di setiap sektor usaha, salah satunya adalah usaha jual beli. Usaha jual beli yang dulunya di jalankan secara *offline* sekarang hampir semua merambah ke ranah online. Tentunya sebagai orang yang hidup di zaman sekarang harus melek terhadap perkembangan teknologi. Menjadi masyarakat yang tidak ketinggalan zaman dan bisa memanfaatkan secara optimal teknologi yang ada sekarang ini.

Industri rumahan saat ini menjadi kegiatan yang memiliki peran besar dalam membantu perputaran ekonomi rumah tangga (Ratna Gumilang, 2019). Desa wanarejan utara merupakan desa yang ada di kabupaten Pemalang yang banyak warganya memiliki industri rumahan. Desa ini merupakan desa sentra penghasil sarung tenun, yang dikenal dengan nama dagang 'sarung goyor'. Mayoritas warga desa wanarejan utara bekerja di bidang usaha ini. Ada yang bekerja sebagai buruh dan adapula yang bekerja sebagai pengusaha. Baik laki-laki atau perempuan di desa ikut terjun dalam proses produksi sarung goyor ini.

Sarung goyor di buat dengan menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). ATBM merupakan kerajinan tenun tradisional yang dibuat dari benang dengan cara memasukkan benang pakan secara melintang pada benang lungsi (Fitrisari & Suryadi, 2020). Sarung goyor sendiri lebih banyak terjual di luar negeri, khususnya di negara timur tengah. Untuk pangsa lokal sarung goyor masih kurang di kenal. Salah satu penyebab kurang dikenalnya sarung goyor di lokal salah satunya disebabkan karena pemasaran lokal yang kurang luas, maka dari itu perlu adanya usaha lebih untuk memasarkan produk ini.

Seiring perkembangan teknologi, digital marketing banyak di jalankan oleh pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasarnya. Pemanfaatan digital marketing sangat membantu dalam memasarkan sebuah produk atau jasa dengan cepat, luas dan murah (Sukmasetya et al., 2020). Media sosial dan beberapa aplikasi pendukung digital marketing sudah sangat banyak yang bisa digunakan. Semua orang bisa menerapkan digital marketing untuk menjual produknya. Dengan memahami digital marketing setiap orang bisa menjual produk yang di milikinya secara online. Efektivitas promosi dapat dipengaruhi oleh karakteristik pengakses dan karakteristik media sosial yang diukur melalui *interest* (ketertarikan), *desire* (keinginan) dan *action* (tindakan) (Oktaviani & Fatchiya, 2019).

Usaha produk dan jasa potensi desa sangat perlu di dorong dengan model digital marketing. Salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan digital marketing oleh warga desa adalah dengan melakukan pelatihan. Pelatihan seperti optimalisasi digital marketing bagi pengerajin tanah merah desa pejaten menuju desa industri yang mandiri (Jayathi, 2022). Pelatihan digital marketing dalam pemasaran produk pertanian untuk petani milenial desa Wonotulus kecamatan Purworejo kabupaten Purworejo (Utami, 2020)

Selain usaha produk dan jasa digital marketing juga dapat dimanfaatkan untuk optimalisasi promosi desa wisata (Puspaningtyas et al., 2022). Optimalisasi digital marketing sebagai Penguatan kelembagaan desa wisata di desa Cisaat, kecamatan Ciater, kabupaten Subang (Abidin et al., 2022). Selain pelatihan pendampingan pengelolaan digital marketing juga perlu dilakukan, seperti pendampingan pengembangan digital marketing desa wisata Gubugklakah kyabupaten Malang (Zulaiikha et al., 2022).

Berbagai *tools* media sosial dimanfaatkan untuk optimalisasi digital marketing. Seperti optimalisasi digital marketing melalui facebook ads di kelurahan Purwanegara (Barokah et al., 2021). Pelatihan Digital Marketing Berbasis Instagram di CV. Karunia Barokah Jepara untuk penjualan industri mebel (Widiastuti et al., 2022). Pelatihan digital marketing melalui youtube untuk umkm dalam memasarkan tanaman porang melalui channel yang optimal (Maemunah et al., 2022). Selain *tools* sosial media digital marketing juga bisa dioptimalkan melalui *marketplace*. Seperti pelatihan digital marketing menggunakan platform *marketplace* shopee untuk kelompok pemuda wirausaha di desa Mulyoagung-Bojonegoro (Anisah, 2021). Pelatihan media digital sektor usaha mikro dan kecil *handycraft* bambu di kota Sukabumi guna meningkatkan pemasaran online berbasis *marketplace* di era ekonomi digital (Firmansyah et al., 2022).

Berdasarkan uraian diatas untuk meningkatkan penjualan sarung goyor di tingkat lokal akan di adakan pelatihan tentang digital marketing untuk ibu-ibu desa Wanarejan Utara, Pemalang. Di harapkan setelah melalui pelatihan ini ibu-ibu dapat menjual sarung goyor secara online dengan teknik digital marketing yang baik. Tentunya bukan hanya asal posting melainkan bisa mengoptimalkan cara berjualan agar produk bisa di terima di pasar lokal.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan penjualan sarung goyor di lokal melalui ibu-ibu warga desa wanarejan utara. Pelatihan digital marketing yang dilakukan diharapkan dapat memberikan motivasi dan kemampuan ibu-ibu dalam menjual sarung goyor lewat media online. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan memberikan pelatihan cara menjual sarung goyor menggunakan media internet. Kegiatan dimulai dengan memberikan teori tentang strategi pemasaran melalui media online yang kemudian dilanjut dengan demo penggunaan fitur marketplace facebook untuk penjualan dan pembelian produk. Adapun alur metode pelaksanaan kegiatan pelatihan dari mulai awal sampai akhir dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

1. Analisis
Tahapan ini adalah tahap awal yang dilaksanakan sebelum melakukan kegiatan. Analisis dilakukan dengan metode observasi dan wawancara untuk menentukan teknik yang sekiranya tepat diterapkan kepada mitra pengabdian.
2. Penentuan Permasalahan
Berdasarkan hasil analisis ditemukan Banyaknya ibu-ibu warga desa yang menggunakan media sosial khususnya facebook. Penemuan ini menjadi acuan untuk mengadakan pelatihan digital marketing. Produk yang dijual adalah produk yang sesuai dengan potensi desa mitra, yaitu sarung goyor.
3. Solusi yang Ditawarkan
Pada tahap ini adalah penentuan solusi yang ditawarkan oleh pengabdian yaitu Pelatihan Digital Marketing Penjualan Sarung Goyor untuk Ibu-ibu Warga Desa Wanarejan Utara Pemalang. Selain memberikan ilmu kepada mitra, pelatihan ini juga berpotensi untuk meningkatkan penjualan sarung goyor.

4. Luaran

Target dari pengabdian ini adalah agar Ibu-ibu desa wanarejan utara dapat memanfaatkan media sosial untuk penjualan, khususnya memanfaatkan media sosial facebook untuk penjualan sarung goyor.

5. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa materi pelatihan yang diberikan dapat dimanfaatkan oleh mitra.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

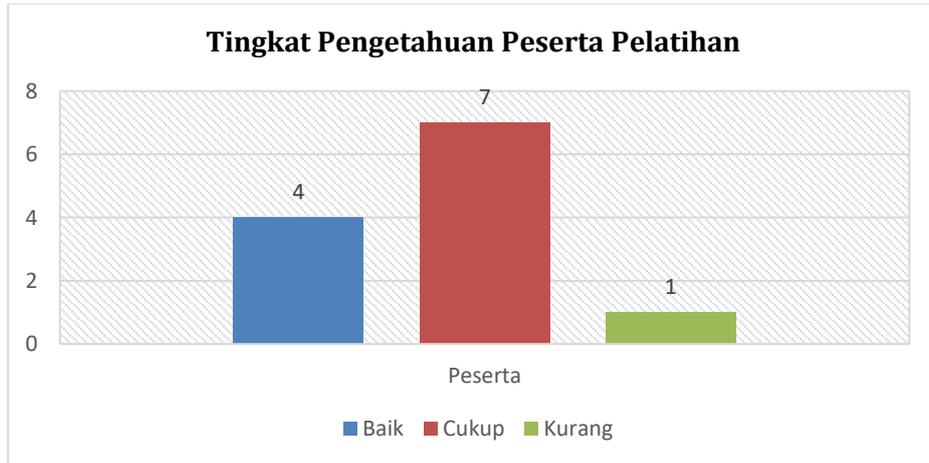
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang pelatihan digital marketing penjualan sarung goyor untuk ibu-ibu desa wanarejan utara diadakan pada hari minggu bertepatan dengan jadwal senam rutin mingguan. Kegiatan dilakukan setelah acara senam selesai. Kegiatan dilakukan di rumah pengabdi. Adapun rundown acara dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rundown Acara

No	Waktu	Kegiatan
1	07.30 – 08.00	Presensi kehadiran
2	08.00 – 08.15	Penyampaian tujuan oleh pengabdi
3	08.15 – 08.45	Penyampaian teori teknik digital marketing
4	08.45 – 09.15	Demo jual sarung goyor melalui marketplace facebook
5	09.15 – 09.45	Demo pembuatan konten instagram untuk penjualan sarung goyor
6	09.45 – 09.5	Diskusi dan Tanya Jawab
7	09.55 – 10.00	Penutup

Kegiatan diawali dengan presensi kehadiran, dilanjutkan dengan pengenalan dan penyampaian tujuan pelatihan oleh pengabdi. Tujuan disampaikan tentang kewajiban tri dharma dari profesi pengabdi yaitu dosen yang salah satunya adalah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Setelah itu dilanjutkan tentang penyampaian latar belakang mengapa diadakan pelatihan ini. Setelah penyampaian tujuan selanjutnya kegiatan masuk ke acara inti yaitu pelatihan digital marketing. Pelatihan di mulai dari penyampaian materi teori tentang strategi digital marketing, dilanjutkan demo aplikasi untuk penjualan sarung goyor sampai dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Untuk mengukur keberhasilan kegiatan pengabdian ini, dilakukan evaluasi dengan memastikan bahwa setiap peserta berhasil melakukan penjualan lewat marketplace facebook.

Peserta yang mengikuti pelatihan ini berjumlah 12 orang, dimana semua peserta adalah ibu-ibu. Jumlah peserta tidak sesuai dengan target awal, yaitu 20 orang. Keterbatasan peserta di sebabkan oleh kurangnya warga yang terbiasa mengoperasikan *smartphone*, khususnya dalam penggunaan media sosial. Dari 12 peserta yang hadir tingkat pengetahuan seluruh peserta tentang topik pengabdian ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Tingkat Pengetahuan Peserta Pelatihan

Dari 12 peserta yang hadir, 4 peserta dapat mengikuti pelatihan dengan baik, 7 peserta cukup baik, dan 1 peserta kurang baik. 4 peserta dikatakan baik karena sudah terbiasa menggunakan media sosial untuk berjualan, hanya saja cara penjualan yang dilakukan belum mengoptimalkan teknik digital marketing. Tujuh peserta dikatakan cukup baik karena sudah terbiasa menggunakan media sosial hanya saja belum pernah menggunakannya untuk berjualan. Satu peserta dikatakan kurang bisa mengikuti pelatihan dikarenakan tidak terbiasa menggunakan media sosial. Peserta melaksanakan kegiatan dengan kondusif dari awal sampai akhir. Dokumentasi kegiatan pelatihan dapat dilihat pada gambar 3.



Presensi kehadiran



Pembukaan dan penyampaian tujuan oleh pengabdi



Presentasi Teori



Presentasi Praktik



Selesai Acara

Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan

Selain diberikan materi tentang digital marketing untuk penjualan sarung goyor, peserta juga di ajari tentang bagaimana cara menjual barang lain menggunakan media online/ internet. Pemateri menjelaskan bahwa setiap barang memiliki teknik penjualan yang berbeda, maka dari itu penjual harus mengetahui pangsa pasar terlebih dahulu sebelum memilih melalui media apa barang akan dijual. Selain teknik menjual pada pelatihan ini juga di ajarkan bagaimana cara mencari dan membeli barang lewat sosial media, khususnya lewat fitur marketplace facebook.

Evaluasi dari kegiatan ini adalah perlunya observasi peserta kegiatan lebih dini untuk mengantisipasi perbedaan pengetahuan dari peserta pelatihan. Tingkat pengetahuan peserta yang merata akan memudahkan pelatihan berjalan dengan lancar. Materi yang diterima sanggup di cerna oleh peserta sehingga implementasi ke depan akan terealisasikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian tentang pelatihan digital marketing penjualan sarung goyor untuk ibu-ibu desa Wanarejan Utara Pemalang dapat disimpulkan bahwa peserta yang menghadiri pelatihan sebanyak 12 orang telah menerima informasi mengenai bagaimana menjual produk sarung goyor menggunakan teknik digital marketing. Pelatihan berlangsung dengan kondusif sehingga target pelatihan ini tercapai, yaitu peserta dapat menjual sarung goyor dengan teknik digital marketing menggunakan sosial media.

SARAN

Kegiatan ini diharapkan dapat dilakukan berkelanjutan dan tidak terhenti di pelatihan ini saja. Potensi sarung goyor dapat dimaksimalkan asal semua warga berpartisipasi didalamnya, salah satunya adalah dalam hal pemasaran. Pemasaran sangatlah luas yang menjadikan bermacam pelatihan dapat dilaksanakan dengan sub tema yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata melalui Promosi Digital Marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36276/jap.v3i1.292>
- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v1i1.256>
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2021). Optimalisasi Digital Marketing melalui Facebook Ads di Kelurahan Purwanegara. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*,

- 4(1), 17–22. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.7085>
- Firmansyah, D., Suryana, A., Rifa'i, A. A., & Dr, D. (2022). Pmd (Pelatihan Media Digital) Sektor Usaha Mikro Dan Kecil Handycraft Bambu Di Kaa Sukabumi Guna Meningkatkan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2805–2816.
- Fitrisari, M. F., & Suryadi, M. (2020). Proses Pembuatan Sarung Goyor di Kabupa. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 289–297.
- Apriandi, N., Raharjanti, R., & Prasetyo, T. (2022). Pendampingan Branding dan Digital Marketing Pada Industri Rumah Tangga: Upaya Menjawab Tantangan di Era Disrupsi. *Medani: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 98-102..
- Jayathi, I. D. A. A. A. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pengerajin Tanah Merah Desa Pejaten Menuju Desa Industri Yang Mandiri. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 101–105. <https://doi.org/10.38043/parta.v2i2.3350>
- Kecil, M., Kelurahan, P., & Depok, M. (2022). *Batasa: Bangun Cipta, Rasa, & Karsa*. 1(20), 14–20.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Puspaningtyas, N. D., Maskar, S., Dewi, P. S., Asmara, P. M., & Mauliya, I. (2022). Peningkatan Digital Marketing Karang Taruna Desa Hanura Dalam Memasarkan Wisata Pasar Sabin. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 320–323. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.4017>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28–35. <https://doi.org/10.31603/ce.v5i2.3514>
- Utami, D. P. (2020). Pengenalan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. *Seminar Nasional Karya Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Mataram*, 25–32.
- Widiastuti, N. A., Zainudin, A., Dhabitha, ;, Filza, L., Ahmad, ;, Prayoga, P., & Muzakki, ; Ahmad. (2022). Pelatihan Digital Marketing Berbasis Instagram di CV. Karunia Barokah Jepara. *Abdimas Universal*, 4(1), 28–33. <http://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversalDOI:https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v4i1.155>
- Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2022). Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168–174. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2158