

Hilirisasi Tenun Kain Tapis Sailing Lampung melalui Model E-Auction

Fajrin Satria Dwi Kesumah¹⁾, Ernie Hendrawaty²⁾, Rialdi Azhar³⁾, Lis Andriyani HR⁴⁾, Luthfi Firdaus⁵⁾

¹⁾²⁾⁴⁾⁵⁾Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

³⁾Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

E-mail: Fajrin.satria@feb.unila.ac.id

Abstract

Sailing Weaving Craftsmen are partners in community service activities who are currently facing problems, especially in terms of the difficulty of increasing the number of sales of woven fabrics produced. The demand for the production of woven fabrics from time to time is relatively unstable, this has an impact on the low level of the economy of craftsmen. Furthermore, appreciation for weaving works which are also products of cultural arts in the community is also still relatively low. These problems open up opportunities to design a digital-based platform with easy access that can increase sales transactions from Tapis Weaving. The platform is designed with the type of digital market or marketplace, but the advantage is the type of transaction using an electronic auction or e-auction scheme. The reason for using the e-auction scheme is for reasons of using the market price as the selling price of the product. E-auction also allows the price of Tapis Weaving to continue to increase where the highest bidder is the final buyer. Finally, the output target of this activity is to improve the welfare of woven fabric craftsmen through activities that increase knowledge as well as concrete actions that have an impact on increasing the value and level of sales.

Keywords: E-Auction, Tapis Weaving, Sales, Marketplace

Abstrak

Pengrajin Tenun Sailing adalah mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang saat ini menghadapi masalah terutama dalam hal sulitnya meningkatkan jumlah penjualan kain tenun hasil produksi. Permintaan atas hasil produksi kain tenun dari waktu ke waktu relatif tidak stabil, hal ini berdampak pada rendahnya tingkat ekonomi pengrajin. Lebih lanjut, penghargaan atas karya tenun yang juga merupakan produk seni budaya di dalam masyarakat juga masih relatif rendah. Permasalahan tersebut membuka peluang untuk merancang platform berbasis digital dengan kemudahan akses yang dapat meningkatkan transaksi penjualan dari Tenun Tapis. Platform didesain dengan jenis pasar digital atau marketplace, namun yang menjadi keunggulannya adalah jenis transaksi menggunakan skema lelang elektronik atau e-auction. Alasan penggunaan skema e-auction karena alasan penggunaan harga pasar sebagai harga jual produk. E-auction juga memungkinkan harga dari Tenun Tapis terus meningkat dimana penawar tertinggi adalah sebagai pembeli akhir. Akhirnya, target luaran dari kegiatan ini yaitu agar dapat meningkatkan kesejahteraan pengrajin kain tenun melalui kegiatan yang meningkatkan pengetahuan juga aksi nyata yang berdampak pada meningkatkan nilai dan tingkat penjualan.

Keywords: E-Auction, Tenun Tapis, Penjualan, Marketplace

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang menghasilkan produk-produk budaya dengan nilai seni tinggi dan juga beragam jenis model. Kerajinan tenun merupakan salah satu bentuk produk kearifan lokal. Kearifan lokal didefinisikan sebagai suatu kekayaan budaya lokal yang mengandung kebijakan hidup, pandangan hidup (way of life) yang mengakomodasi kebijakan (wisdom) dan kearifan hidup (Jamiludin, dkk. 2021). Di provinsi Lampung tepatnya di Desa Sailing terdapat pengrajin yang memproduksi kain tenun asli Lampung. Tenun yang di produksi di Desa Sailing ini juga dikenal luas dengan nama Tenun Sailing. Tenun Sailing mulai dirintis kembali pada tahun 2013, dimana secara konsisten menjual kain tenun buatan tangan dengan berbagai macam model dan motif asli Lampung. Letak produksi kain Tenun Sailing berada di jalan Desa yang tidak banyak dilalui kendaraan umum. Waktu tempuh dari jalan utama menuju tempat produksi kain tenun memakan waktu kurang lebih 25 sampai 30 menit. Berikut gambar yang menunjukkan kondisi tempat produksi kain tenun Sailing:



Gambar 1. Tempat Produksi Tenun Sailing

Lebih lanjut, selama ini dalam aspek pemasaran Tenun Sailing mengandalkan metode dari mulut ke mulut, juga beberapa kali diadakan sejenis festival untuk menarik pengunjung yang berujung pada harapan peningkatan penjualan produk tenun. Pemasaran dengan menggunakan perangkat digital atau online belum banyak dilakukan. Namun begitu, Tenun Sailing saat ini juga memiliki nilai tambah dengan keluarnya status Desa Sailing sebagai Desa Wisata. Hal tersebut membuat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa semakin bertambah, sehingga berdampak pada peningkatan

penjualan Tenun Sailing. Tenun Sailing saat ini banyak diproduksi oleh warga Desa, sedangkan untuk manajemen pemasaran dikelola oleh relawan yang diketuai oleh Hendri Dunan. Relawan bertugas dan berusaha untuk terus meningkatkan penjualan dengan menjalin kerjasama termasuk salah satunya adalah bekerjasama dengan akademisi.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Platform E-auction dapat meningkatkan transaksi penjualan dari Tenun Tapis
2. Platform E-auction diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan pengrajin kain tenun melalui kegiatan yang meningkatkan pengetahuan juga aksi nyata yang berdampak pada meningkatkan nilai dan tingkat penjualan.

Manfaat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bagi:

1. Para perangkat desa dan masyarakat Desa Sailing adalah:
Terbentuknya Desa Sailing yang memiliki platform digital dalam penjualan tenun Lampung.
2. Pemerintah daerah
Pemerintah daerah dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah yang berasal dari peningkatan penjualan tenun Desa Sailing.

TINJAUAN PUSTAKA

Lelang atau Penjualan dimuka umum adalah suatu penjualan barang yang dilakukan didepan khalayak ramai dimana harga barang- barang yang ditawarkan kepada pembeli setiap saat semakin meningkat. Serangkaian kegiatan untuk menyediakan barang/jasa dengan cara menciptakan persaingan yang sehat diantara penyedia barang/jasa yang setara dan memenuhi syarat, berdasarkan metode dan tata cara tertentu yang telah ditetapkan dan diikuti oleh pihak-pihak yang terkait secara taat asas sehingga terpilih penyedia yang baik.

Lelang adalah penjualan barang secara terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis dan lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi yang didahului dengan pengumuman lelang. Lelang konvensional biasanya diadakan oleh sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jual beli barang lelang dimana proses lelang diadakan di sebuah tempat sehingga konsumen atau penawar bisa berdatangan untuk menjadi peserta dari lelang tersebut. Di Indonesia, terdapat lembaga yang terkait dengan proses lelang, diantaranya Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) dan balai lelang baik milik pemerintah maupun swasta. (Andre, 2017).

Marketplace merupakan media online berbasis internet (web based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier/penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka (Opiida, 2014).

Marketplace merupakan model E-Business yang berhubungan dengan penjual dan pembeli (seller & buyer). Marketplace di Indonesia merupakan salah satu media penggerak ekonomi nasional dalam rangka menghadapi era globalisasi. Untuk itu, perlu dikembangkan Marketplace yang teratur, wajar dan efisien. Pada umumnya Market Place yang efisien dapat meningkatkan iklim investasi di perusahaan dan memudahkan arus input dan output barang.

Produk budaya diciptakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan tradisi, sehingga nilai komersial produk budaya cenderung rendah. Nilai komersial yang cenderung rendah dari sebuah produk budaya menyebabkan produk ini sulit untuk terus tersedia. Hartoyo (2012) mengatakan bahwa dalam aktivitas budaya (adat) secara tidak sadar ada pengetahuan matematika ala masyarakat setempat yang diterapkan dengan memberikan batasan sesuai kesepakatan mereka. Produk budaya tentunya memiliki kemungkinan untuk bertransformasi menjadi produk yang memiliki nilai komersial, hal ini karena produk budaya rata-rata memiliki nilai keunikan yang tinggi. Keunikan dan nilai produk yang tinggi tersebut, menyebabkan produk dengan proses yang tepat pun dinilai memiliki potensi yang paling besar untuk terus dikembangkan (Pugersari dkk, 2013).

METODE

Kegiatan ini melibatkan pihak dari tim pengabdian Universitas Lampung dan mitra yaitu pengrajin tenun Desa Sailing Kabupaten Tanggamus. Tahapan persiapan yang akan dilakukan pada kegiatan ini adalah:

1. Melakukan koordinasi yang melibatkan berbagai pihak diantara tim pengurus terdiri dari dosen dan mahasiswa, LPPM Universitas Lampung dan Mitra Tenun Sailing. Dalam kegiatan koordinasi akan merencanakan dan memutuskan pemahaman dalam penerapan sistem rekomendasi, platform dan juga evaluasi kegiatan.

2. Penyusunan Program PKM berdasarkan hasil analisis situasi dan permasalahan yang diharapkan oleh mitra. Program kegiatan PKM disusun secara urut didasarkan prioritas permasalahan.
3. Sosialisasi program yang akan diterapkan kepada mitra PKM.

Selanjutnya tim pengusul mengidentifikasi kegiatan yang akan dilakukan pada saat pelaksanaan PKM. Kegiatan tahap pelaksanaan ini merupakan solusi yang tertuang pada program PKM. Secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembuatan katalog produk berbasis digital dan platform marketplace berbasis e-auction.
2. Pelatihan dan pendampingan dalam melakukan promosi berbasis digital, pengelolaan social media dan pengelolaan keuangan.
3. Melakukan pengukuran tingkat pengetahuan dari setiap kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari tahap Persiapan, dan tahap Pelatihan. Tim pelaksana pada saat tahap persiapan mengadakan koordinasi dan komunikasi serta melaksanakan rapat Penyusunan dan Pembahasan Program Kerja, dan juga membahas Penentuan Materi dan Koordinasi Persiapan Pelaksanaan Kegiatan antara Tim Pelaksana, Aparat pemerintahan desa, dan Kelompok Kelompok Pengrajin Tenun Tapis. Kegiatan ini diawali dilaksanakan berlangsung melalui Whatsapp Group karena lokasi pengabdian yang cukup jauh.

Tahap Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 13 Oktober yang dilakukan secara tatap muka di Pekon Sumbermulyo, Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus secara langsung dengan tetap menerapkan protokol kesehatan secara ketat yang dihadiri oleh aparatur pemerintahan desa, dan kelompok pengrajin tenun tapis lampung Pekon Sumbermulyo. Tim Pengabdian FEB Unila juga melibatkan satu mahasiswa yang bertugas sebagai pembawa acara di kegiatan pelatihan.

Sebelum memasuki materi pelatihan, tim pengabdian diajak oleh ketua kelompok pengrajin tenun untuk melihat-lihat produksi kain tenun yang selama ini telah mereka lakukan. Ketua kelompok pengrajin tenun tersebut menjelaskan tahapan-tahapan

penenunan dan mereka juga mendemonstrasikan proses penenunan kain tapis Lampung. Setelah itu, tim pengabdian juga dibawa ke dalam galeri untuk melihat-lihat kain tapis yang telah jadi. Tim pengabdian pun dipersilahkan untuk dapat mencoba kain tapis tersebut satu persatu.

Pelatihan dibuka oleh Fajrin Satria Dwi Kesumah, S.E., M.FBE. sebagai ketua pelaksana tim pengabdian dan juga kata sambutan dari Kepala Pekon Sumbermulyo, Bapak Riswantoro. Dalam sambutannya, Kepala Pekon menjelaskan kondisi umum Pekon Sumbermulyo sehingga dapat memberikan gambaran umum nantinya di tahap diskusi.

Narasumber dalam pelatihan ini adalah Dosen FEB Unila yang sekaligus penggiat Social Media dan Digital Marketing yaitu Bapak Luthfi Firdaus, S.E., M.M., dan Bapak Dr.E. Angga Febrian, S.A.N., M.M. Dalam pelatihan ini, Bapak Luthfi menjelaskan strategi di dalam bermedia social seperti pentingnya menyajikan konten yang menarik untuk dapat disajikan di media social terutama di platform marketplace. Hal ini bertujuan agar traffic akun media social tenun tapis lampung Pekon Sumbermulyo dapat meningkat, sehingga tingkat penjualan juga dapat dioptimalkan. Selanjutnya, Narasumber juga menyampaikan hal tentang salah satu cara untuk dapat menarik minat para user social media terutama facebook dan Instagram yaitu dengan memberikan kata-kata Mutiara yang berkaitan dengan tenun tapis lampung, seperti quote yang berhubungan dengan kepedulian akan budaya terutama budaya Lampung.



Gambar 2. Penyampaian Materi tentang Sosialisasi Strategi Bermedia Sosial sebagai Upaya Optimalisasi Penjualan Kerajinan Tenun Tapis Lampung

Pemateri selanjutnya, Bapak Dr. Angga, yang merupakan Dosen Digital Marketing sekaligus praktisi memaparkan terkait hilirisasi produk kerajinan Tenun Tapis Lampung dan bagaimana cara beriklan agar user di marketplace dapat melihat konten yang kita sajikan di akun tenun tapis Lampung Pekon Sumbermulyo. Sebagai contoh, yaitu pengelola pengrajin tenun tapis Lampung memberanikan untuk dapat beriklan dengan facebook ads atau sejenisnya. Kemudian, narasumber juga memberikan kiat-kiat dalam beriklan di media social agar pengunjung akun social media pengrajin tenun semakin banyak.



Gambar 3. Penyampaian Materi Terkait Hilirisasi Produk melalui Strategi Digital Marketing

Materi selanjutnya disampaikan oleh salah satu anggota Pengabdian, yaitu Bapak Rialdi Azhar yang menyampaikan sosialisasi dan pengenalan platform E-Auction. Platform ini menurut narasumber merupakan wadah bagi para pekerja seni untuk dapat menjual dan memperkenalkan tenun tapis Lampung kepada masyarakat luas, dimana skema dalam platform ini adalah melalui lelang. Dengan demikian, hasil seni kain tenun tapis Lampung dapat lebih dihargai oleh para pembelinya. Platform ini dapat diakses secara gratis, namun saat ini platform tersebut masih dalam tahap pengembangan.

Setelah penyampaian materi, para peserta pelatihan sangat antusias dalam bertanya dan diskusi. Terlihat dalam diskusi yang dilakukan, setiap perwakilan dusun di

pekon sumbermulyo memberikan pertanyaan dan menanggapi materi yang telah disampaikan. Bahkan, setelah diskusi formal, para peserta masih antusias bertanya kepada para narasumber.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan dengan jumlah peserta sebanyak 20 peserta dari aparatur pemerintahan desa dan pengrajin tenun tapis yang dilaksanakan dalam kurun waktu selama 3 bulan (Agustus - Oktober 2022) yang berlokasi di Pekon Sumbermulyo, Kecamatan Sumberejo, Kabupaten Tanggamus. Namun, saat konsultasi dengan Kepala Desa dan koordinator kelompok juga dilakukan melalui pemanfaatan Daring melalui Whatsapp Group. Terdapat 2 kegiatan utama dalam pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu kegiatan Persiapan dan Koordinasi antar TIM Pelaksana dan Wakil dari Pekon Sumbermulyo dan kegiatan pelatihan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan-kegiatan tersebut dibagi ke dalam 2 tahapan yaitu:

1. Tahap 1 :

Persiapan dan Koordinasi antar TIM Pelaksana dan Wakil dari Pekon Sumbermulyo.

2. Tahap 2 :

Pelatihan dengan Tema:

- a. Sosialisasi digital marketing sebagai hilirisasi produk sebagai upaya optimalisasi penjualan di media sosial marketplace.
- b. Sosialisasi platform e-auction untuk optimalisasi penjualan produk tenun sailing di Lampung.

Secara umum, seluruh kegiatan pelatihan dan pendampingan terlaksana dengan baik, dan para peserta terlihat antusias dalam menerima pelatihan dan cukup aktif dalam proses pendampingan dan konsultasi yang disediakan oleh tim pelaksana pengabdian.

Berdasarkan hasil sosialisasi dan pendampingan yang telah dilakukan, tim pengabdian kepada masyarakat memberikan saran sebagai berikut:

1. Aparat Pemerintahan Pekon Sumbermulyo hendaknya lebih terlibat aktif dalam pengembangan potensi produk di Pekon Sumbermulyo.

2. Semua pelaku usaha Pekon Sumbermulyo hendaknya secara aktif dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana promosi produk agar lebih banyak lagi konsumen.
3. Kegiatan pengabdian masyarakat semacam ini sebaiknya perlu dilakukan secara berkala dan meluas ke berbagai daerah yang berpotensi untuk dikembangkan.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, diantaranya jajaran pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, LPPM Unila, Pemerintah Pekon Sumbermulyo Kabupaten Tanggamus, dan Kelompok Pengrajin Tenun Tapis Lampung Pekon Sumbermulyo Tanggamus.

Daftar Referensi

- Azhar, Rialdi. 2020. The Effect of Investigative Auditor's Quality on Audit Effectiveness in Proving Fraudulence in the Public Sector.
- Gunawibawa, Eka Yuda. 2021. Strategi Media Digital-Internet Perempuan Pelaku Industry Mikro Di Pedesaan Dalam Mempromosikan Hasil Olahan Ikan Air Tawar Di Era 4.0.
- Gunawibawa, Eka Yuda. 2018. Pola Komunikasi Berita Di Kota Bandar Lampung.
- Gunawibawa, Eka Yuda. 2015. Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Organisasi Nirlaba: Studi Kasus Kantor Bpjs Kesehatan Cabang Kotabumi.
- Gunawibawa, Eka Yuda. 2021. Pengembangan Modul Edukasi Reproduksi Remaja Berbasis Aplikasi Android di Indonesia. 2021. Eka Yuda Gunawibawa.
- Jamiluddin, Andi, dan Agustang, Sulaeman Samad. 2021. Kerajinan Tenun Pada Masyarakat Muna.
- Jeffrey E. Tei, dkk. 2016. A multi-attribute e-auction mechanism for procurement: Theoretical foundations.
- Prabowo Rizky. 2019. Pengembangan Sistem Pencarian Pada Tujuh Kitab Hadis Menggunakan Algoritma Knuth-Morris-Pratt. 2019.
- Prabowo, Rizky. 2014. Enkripsi Short Message Service dengan Algoritma Mono Alfabetik pada Smartphone Berbasis Android.
- Rudy, Nardi Sunardi, Kartono Kartono. 2020. Pengetahuan Keuangan dan Love of Money pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan dampaknya terhadap



Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang.