

Penerapan Platform Marketplace untuk Pemasaran Produk Pengrajin Tenun Toraja

Marchelin¹, Eko Suropto Pasinggi^{2*}

¹Program Studi manajemen, Universitas Kristen Indonesia Toraja

²Program Studi Teknik Informatika, Universitas Kristen Indonesia Toraja

Informasi Artikel

Article history:

Received Agus 9, 2024

Revised Sep 1, 2024

Accepted Sep 11, 2024

*Koresponden Author:

Eko Suropto Pasinggi
Program Studi Teknik Informatika
Universitas Kristen Indonesia
Toraja
Jl. Nusantara, No. 12, Makale, Kab
Tana Toraja,
Sulawesi Selatan, Indonesia.
ekopasinggi@ukitoraja.ac.id

ABSTRACT (10 PT)

This community service program aims to empower the Pantu Craftsmen Group in Sa'dan Tiroallo Village, Toraja, through the utilisation of marketplace platforms in marketing traditional woven products. The program is designed to improve the digital literacy and marketing skills of the artisans, so that they can access a wider market and increase their income. Through intensive training and mentoring, the artisans were able to understand how to manage their products on the marketplace, use effective product photography techniques, and implement appropriate digital marketing strategies. In addition, the program helps in the preservation of Toraja weaving culture amidst modernisation. Despite challenges such as limited internet access and the need for ongoing support, the program successfully proved that the use of digital technology can be an effective strategy to support the economic and cultural sustainability of traditional artisans. The program also provides a replicable model for similar initiatives in other regions, demonstrating the importance of synergy between traditional skills and modern technology.

Kata Kunci: tenun Toraja, marketplace, literasi digital, fotografi produk

1. PENDAHULUAN

1.1 Peningkatan Literasi dan Keterampilan Digital

Toraja, sebuah daerah di Sulawesi Selatan yang terkenal dengan warisan budaya dan tradisinya yang kaya, menyimpan warisan berharga dalam bentuk tenun tradisional. Tenun Toraja bukan hanya sekadar barang fungsional, tetapi juga merupakan simbol identitas dan ekspresi artistik yang merangkum filosofi masyarakat setempat. Setiap helai kain tenun menceritakan sebuah kisah, yang mencerminkan nilai-nilai dan tradisi yang diwariskan dari generasi ke generasi [1]. Terlepas dari nilai budaya dan ekonomi yang tinggi dari tenun Toraja, para pengrajin lokal sering menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kemampuan mereka untuk mengembangkan dan memasarkan produk mereka secara lebih luas [2], [3], [4].

Kelompok Tenun Pantu, yang terletak di desa Sa'dan Tiroallo, adalah salah satu kelompok pengrajin yang berkomitmen untuk melestarikan tradisi tenun Toraja. Kelompok ini terdiri dari 13 pengrajin, termasuk 8 wanita yang berperan sebagai penenun utama dan 5 anak muda yang terlibat dalam proses pembelajaran dan produksi. Kelompok ini memiliki komitmen yang kuat untuk mempertahankan teknik dan motif tenun tradisional, namun mereka menghadapi tantangan dalam mengakses pasar dan bersaing di era digital.

Secara tradisional, pemasaran produk tenun dari Kelompok Tenun Pantu dilakukan melalui metode konvensional, seperti penjualan langsung di pasar lokal atau bekerja sama dengan toko-toko cinderamata di Toraja. Meskipun pendekatan ini telah membantu mereka menjual produk mereka, namun jangkauan pasar yang terbatas membuat potensi penuh dari produk tenun mereka masih belum dimanfaatkan. Selain itu, pergeseran perilaku konsumen ke arah belanja online telah meningkatkan urgensi untuk memperluas metode pemasaran mereka dengan memanfaatkan teknologi digital.

Di era digital, marketplace telah menjadi salah satu saluran yang paling efektif untuk memasarkan produk secara lebih luas [5], [6], [7], termasuk produk lokal seperti tenun Toraja. Memanfaatkan platform ini memungkinkan para pengrajin untuk menjangkau konsumen di luar wilayah lokal mereka, bahkan hingga ke pasar internasional, tanpa perlu mengeluarkan biaya yang signifikan untuk promosi dan distribusi. Namun, bagi pengrajin tradisional yang belum terbiasa dengan teknologi, memanfaatkan platform ini secara efektif membutuhkan bimbingan dan pelatihan.

Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh Kelompok Tenun Pantu dengan mengintegrasikan penggunaan pasar online ke dalam strategi pemasaran mereka. Program ini berfokus pada pemberian pelatihan kepada para pengrajin tentang cara mengelola dan

memasarkan produk mereka melalui platform digital, yang mencakup segala hal mulai dari membuat akun, mengelola inventaris, strategi penetapan harga, hingga teknik fotografi produk yang efektif. Selain itu, program ini juga akan mengedukasi mereka tentang manajemen usaha kecil, termasuk manajemen keuangan, perencanaan bisnis, dan strategi pemasaran digital yang efektif.

Program ini bertujuan untuk memberdayakan para penenun Toraja agar menjadi lebih mandiri dan kompetitif di pasar global, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka melalui peningkatan pendapatan. Selain itu, keberhasilan penggunaan platform digital untuk pemasaran produk diharapkan dapat menginspirasi komunitas pengrajin lainnya di Toraja untuk mengikutinya, sehingga tradisi tenun Toraja dapat terus berkembang di tengah tantangan modernisasi. Program ini tidak hanya bertujuan untuk memberdayakan para pengrajin secara ekonomi, namun juga untuk memastikan pelestarian warisan budaya yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas masyarakat Toraja.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan strategis yang dirancang untuk memastikan bahwa para penenun di Kelompok Tenun Pantu, yang berlokasi di Desa Sa'dan Tiroallo, dapat secara efektif memanfaatkan pasar online untuk memasarkan produk mereka. Berikut ini adalah tahapan pelaksanaan program:

Persiapan dan Penilaian Kebutuhan

Tahap awal program dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh para penenun dalam memasarkan produk mereka. Hal ini dilakukan melalui diskusi dan wawancara dengan anggota Kelompok Tenun Pantu untuk memahami tingkat penggunaan teknologi dalam pemasaran dan kendala yang mereka hadapi dalam mengakses pasar yang lebih luas. Selain itu, dilakukan juga analisis terhadap platform pasar yang paling relevan dan mudah digunakan oleh para penenun.

Pelatihan Pemasaran Digital

Setelah mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan, pelatihan pemasaran digital dilakukan, yang mencakup beberapa aspek utama:

- 1) Menggunakan Platform Marketplace: Para penenun diberikan pelatihan praktis tentang cara membuat akun di platform marketplace, mengunggah produk, mengelola inventaris, dan menetapkan harga yang kompetitif. Pelatihan ini juga mencakup cara membuat deskripsi produk yang menarik dan relevan, serta strategi untuk meningkatkan visibilitas produk di platform digital.
- 2) Fotografi Produk: Mengingat pentingnya visual dalam pemasaran online, para penenun juga dilatih dalam teknik fotografi produk dasar, termasuk penggunaan pencahayaan, sudut pemotretan, dan pengaturan latar belakang yang menarik. Mereka diajarkan cara menggunakan alat sederhana, seperti ponsel pintar, untuk mengambil gambar berkualitas tinggi dari produk mereka.
- 3) Strategi Pemasaran dan Promosi: Pelatihan ini mencakup strategi pemasaran digital, seperti menggunakan media sosial untuk promosi, mengelola ulasan pelanggan, dan teknik pengoptimalan konten untuk memastikan produk lebih mudah ditemukan oleh pembeli potensial di platform pasar.

Pendampingan dan Implementasi

Setelah pelatihan, program berlanjut ke tahap pendampingan, di mana para penenun menerima dukungan intensif dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah mereka peroleh. Selama fase ini, para penenun mulai mengunggah produk mereka ke platform pasar dan menerapkan strategi pemasaran yang telah mereka pelajari. Pendampingan diberikan untuk membantu para penenun mengatasi tantangan teknis atau strategis yang mungkin timbul selama proses pemasaran.

Pemantauan dan Evaluasi

Tahap akhir dari program ini adalah pemantauan dan evaluasi untuk menilai efektivitas pelatihan dan penerapan strategi pemasaran digital. Pemantauan dilakukan dengan mengamati perkembangan penjualan produk, peningkatan jumlah pelanggan, dan umpan balik yang diterima dari platform marketplace. Evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi keberhasilan program dan mengatasi tantangan yang masih dihadapi para penenun.

Hasil dari pemantauan dan evaluasi akan digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan program di masa depan dan untuk memberikan rekomendasi lebih lanjut kepada Kelompok Tenun Pantu dalam mengembangkan strategi pemasaran mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Peningkatan Literasi dan Keterampilan Digital

Setelah pelaksanaan program, terjadi peningkatan yang signifikan dalam literasi dan keterampilan digital di antara para anggota Kelompok Tenun Pantu. Sebelum program, sebagian besar anggota tidak pernah menggunakan platform marketplace untuk memasarkan produk mereka. Setelah menyelesaikan serangkaian sesi pelatihan, mereka tidak hanya dapat membuat akun di berbagai platform marketplace tetapi juga memahami cara mengunggah produk, mengelola inventaris, dan menetapkan harga dengan lebih efektif. Para pengrajin juga memperoleh keterampilan baru dalam fotografi produk, yang sebelumnya menjadi tantangan dalam menampilkan produk tenun mereka secara menarik di platform digital.

Pelatihan ini memberikan para pengrajin pengetahuan penting yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar digital. Peningkatan keterampilan ini terlihat dari survei pasca program, di mana 85% peserta melaporkan merasa lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi untuk tujuan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memenuhi kebutuhan utama para pengrajin, yaitu kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk mereka.

3.2 Penerapan Platform Marketplace dalam Pemasaran

Penerapan platform marketplace menunjukkan hasil yang menjanjikan. Dalam beberapa bulan setelah program dimulai, kelompok penenun berhasil memasarkan produk mereka ke konsumen di luar wilayah Toraja. Selain itu, para pengrajin mulai memahami pentingnya pengoptimalan konten dan deskripsi produk. Dengan bimbingan yang diberikan, mereka mampu membuat deskripsi produk yang lebih menarik dan informatif, yang membantu meningkatkan minat konsumen. Proses pengunggahan produk yang sebelumnya dianggap rumit oleh para pengrajin, kini dapat dilakukan dengan lebih lancar dan efisien.

3.3 Tantangan dan Pelajaran yang Dipetik

Terlepas dari hasil positif dari program ini, beberapa tantangan dihadapi selama pelaksanaannya. Salah satu tantangan utama adalah terbatasnya infrastruktur internet di Desa Sa'dan Tiroallo, yang terkadang menghambat akses pengrajin ke platform pasar. Selain itu, beberapa pengrajin, terutama yang lebih tua, membutuhkan lebih banyak waktu untuk sepenuhnya memahami dan menerapkan teknologi digital dalam proses bisnis mereka.

Namun, tantangan-tantangan ini juga memberikan pelajaran berharga untuk program-program selanjutnya. Salah satu pelajaran penting yang dapat diambil adalah pentingnya pendekatan yang lebih personal dan berkelanjutan terhadap pelatihan, serta perlunya dukungan teknis yang berkelanjutan dan peningkatan akses terhadap teknologi. Dengan mengatasi masalah-masalah ini, program-program di masa depan berpotensi mencapai dampak yang lebih besar dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil dari program ini menunjukkan bahwa penggunaan platform pasar online merupakan pendekatan yang efektif untuk memberdayakan penenun Toraja dalam menghadapi tantangan di era digital. Program ini tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan dan pendapatan para pengrajin, tetapi juga membantu mereka melestarikan dan mengembangkan warisan budaya Toraja di tengah arus modernisasi.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk mengintegrasikan platform pasar online ke dalam strategi pemasaran Kelompok Tenun Pantu di Desa Sa'dan Tiroallo telah memberikan hasil positif yang signifikan. Program ini berhasil meningkatkan literasi digital dan keterampilan para pengrajin, sehingga mereka dapat secara efektif memanfaatkan alat digital untuk tujuan bisnis. Melalui pelatihan komprehensif dan bimbingan praktis, para penenun telah memperoleh kemampuan untuk mengelola produk mereka di platform pasar, mengoptimalkan presentasi produk, dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Para penenun telah melihat peningkatan jangkauan pasar yang lebih luas. Ekspansi ini tidak hanya berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi para pengrajin, tetapi juga membantu melestarikan warisan budaya tenun Toraja yang kaya, memastikan relevansi dan keberlanjutan di era modern. Program ini dapat menjadi model bagi upaya serupa di daerah lain, menyoroti pentingnya menggabungkan keterampilan tradisional dengan teknologi modern untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari pelaksanaan kegiatan ini sebagai berikut: 1) Pelaksanaan kegiatan ini terbilang lancar dikarenakan dukungan dan kolaborasi antara tim pengabdian dan mitra, serta

tersampaiannya isi materi dari *psychological first aid* dengan baik kepada para partisipan, 2) Evaluasi pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan melakukan komparasi hasil dari *pre test* dan *post test* yang menunjukkan peningkatan pemahaman para partisipan yang diharapkan agar mampu menjadi bekal untuk mengoptimalkan proses pendampingan penyintas bencana dimanapun para relawan ini bertugas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tilling, R. I. (2023). *Volcanoes and Earthquakes: Ripples of the Ring of Fire*. U.S. Geological Survey Fact Sheet 2013-3014.
- [2] Dibi.BNPB (2024). diakses 18 Januari 2024 dari <https://dibi.bnpb.go.id/>.
- [3] Norris, F. H., Friedman, M. J., Watson, P. J., Byrne, C. M., Diaz, E., & Kaniasty, K. (2002). 60,000 disaster victims speak: Part I. An empirical review of the empirical literature, 1981-2001. *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, 65(3), 207–239.
- [4] Kaniasty, K., & Norris, F. H. (2008). *Longitudinal linkages between perceived social support and posttraumatic stress symptoms: Sequential roles of social causation and social selection*. *Journal of Traumatic Stress*, 21(3), 274-281.
- [5] Connor, K. M., & Davidson, J. R. T. (2003). *Development of a new Resilience scale: The Connor-Davidson Resilience scale (CD-RISC)*. *Depression and Anxiety*, 18(2), 76–82. <https://doi.org/10.1002/da.10113> diakses pada tanggal 18 Januari 2024 pukul 11.14 WITA dari <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12964174/>.
- [6] WHO, 2011. *Psychological First Aid: Guide For Field Workers*. Diakses pada tanggal 18 Januari 2024 Pukul 11.10 WITA dari <https://www.who.int/publications/i/item/9789241548205>.
- [7] Hobfoll, S. E., Watson, P., Bell, C. C., Bryant, R. A., Brymer, M. J., Friedman, M. J., & Ursano, R. J. (2007). Five essential elements of immediate and mid-term mass trauma intervention: empirical evidence. *Psychiatry*, 70(4), 283-315.
- [8] Unicef, 2023. *How to provide psychological first aid*. diakses pada tanggal 18 Januari 2018 pukul 11.26 wita dari <https://www.unicef.org/armenia/en/stories/how-provide-psychological-first-aid>.