



PERANCANGAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SONGKET CEK ONAH PALEMBANG

Purwati¹, Jalaludin Sayuti², Nadhira Tasya Melati³
^{1,2,3}Politeknik Negeri Sriwijaya

Article Information

Article history:

Received February 19,
2024

Approved February 29,
2024

Keywords:

Digital Marketing ,
Songket Cek Onah

ABSTRACT

Cek Onah songket business is one of the Palembang songket weaving craftsmen. So far, the products have only been marketed through word of mouth marketing and participating in exhibition activities as a promotional medium, so that the market share has not reached the expected target, and it is necessary to do online marketing as a promotional medium in order to introduce Cek Onah's songket products to the wider community. Instagram is a platform that can be used as a business development through digital marketing. This service aims to design digital marketing through Instagram and publish the results of Instagram content design as a promotional media for Cek Onah's songket business owned by Mrs.Hj.Cek Onah. The target achieved is to produce online promotional media in the form of Instagram post content such as feeds, video reels, and instagram stories to develop and reach a wider business market and can use it as an effort to increase digital marketing of songket woven fabric products so that sales turnover increases and maximum profits are achieved.

ABSTRAK

Usaha songket Cek Onah merupakan salah satu pengrajin tenun songket asal Palembang. Selama ini produk hanya dipasarkan melalui pemasaran dari mulut ke mulut dan mengikuti kegiatan pameran sebagai media promosi, sehingga pangsa pasar belum mencapai target yang diharapkan, maka perlu dilakukan pemasaran online sebagai media promosi. Untuk memperkenalkan produk songket Cek Onah kepada masyarakat luas. Instagram merupakan salah satu platform yang dapat digunakan sebagai pengembangan bisnis melalui pemasaran digital. Layanan ini bertujuan untuk merancang pemasaran digital melalui Instagram dan mempublikasikan hasil desain konten Instagram sebagai media promosi usaha songket Cek Onah milik Ibu Hj.Cek Onah. Target yang dicapai adalah menghasilkan media promosi online berupa konten postingan Instagram seperti feed, video reel, dan instagram

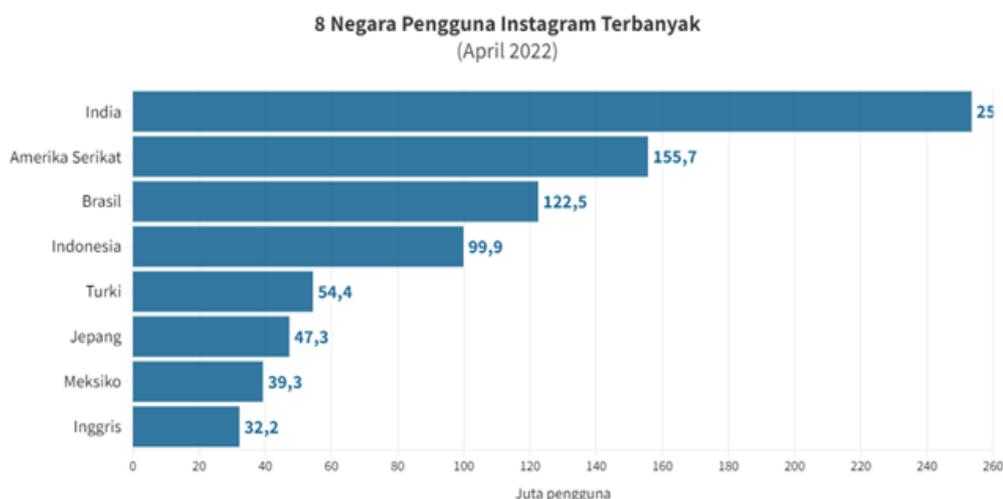
story untuk mengembangkan dan menjangkau pasar bisnis yang lebih luas serta dapat dimanfaatkan sebagai upaya peningkatan pemasaran digital produk kain tenun songket. sehingga omzet penjualan meningkat dan tercapainya keuntungan yang maksimal...

© 2024 EJOIN

*Corresponding author email: purwati@polsri.ac.id

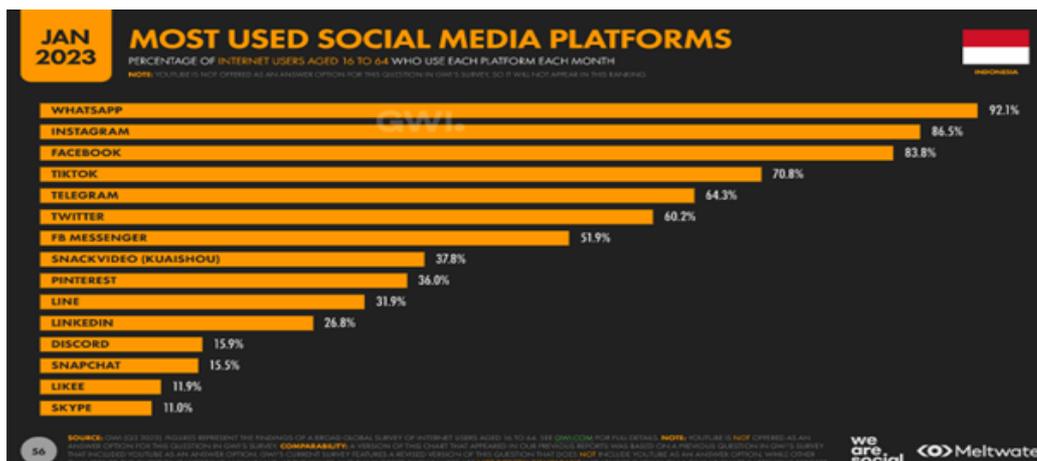
PENDAHULUAN

Pengrajin Songket Hj.Cek Onah merupakan salah satu pengrajin tenun songket khas Palembang yang beralamat di jalan Gede Ing Suro, kelurahan No.240, RT.06/RW.02, 30 Ilir, Kec. Ilir Barat. II Kota Palembang. Selama ini produk yang dipasarkan hanya melalui pemasaran dari mulut ke mulut dan mengikuti kegiatan pameran sebagai media promosi, sehingga pangsa pasar belum mencapai target yang diharapkan, serta perlu melakukan pemasaran secara online sebagai media promosi agar dapat mengenalkan produk songket Cek Onah kepada masyarakat luas. Instagram adalah sebuah platform yang dapat digunakan sebagai pengembangan usaha melalui pemasaran digital. Pengabdian ini bertujuan untuk melakukan perancangan digital marketing melalui Instagram dan mempublikasikan hasil rancangan konten Instagram sebagai media promosi pengrajin songket Cek Onah. Target yang dicapai adalah, menghasilkan media promosi online berupa konten postingan Instagram seperti feed, video reels, dan instagram story untuk mengembangkan dan menjangkau pasar usaha yang lebih luas dan dapat memanfaatkannya sebagai usaha meningkatkan pemasaran digital produk kain tenun songket sehingga omzet penjualan meningkat dan keuntungan yang dicapai lebih maksimal. Perancangan konten Instagram dilakukan, karena berdasarkan data Indonesia termasuk 8 negara pengguna Instagram terbanyak di dunia.



Gambar 1. 8 Negara Pengguna Instagram Terbanyak

Sumber: <https://dataindonesia.id>



Gambar 2. Platforms Media Sosial yang Sering Digunakan
Sumber: <https://dataindonesia.id>

Pengrajin songket Cek Onah merupakan salah satu pengrajin songket yang memiliki nilai seni yang tinggi akan keindahan maupun keunikan dari kain-kain tersebut, dan masih mempertahankan sejarah serta warisan budaya yang terkandung di dalamnya. Hasil produksi kerajinan songket Cek Onah dipasarkan dengan metode pemasaran dari mulut ke mulut serta terima jasa pesan antar langganan, sedangkan untuk pemasaran atau promosi secara online belum diterapkan secara optimal.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan semakin tingginya penggunaan internet, digital marketing menjadi semakin penting bagi pengusaha untuk mencapai target pasar yang lebih luas dan efektif. Pengusaha yang mampu beradaptasi dengan perubahan ini akan memiliki keuntungan besar dalam memasarkan produk atau layanan mereka secara online. Sedangkan pengusaha yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman akan ketinggalan semakin jauh, yang dapat mengakibatkan usahanya tetap stagnan bahkan mengalami kebangkrutan. sama halnya dalam pemanfaatan teknologi yang ada seperti saat ini. seiring dengan kemajuan teknologi, konsumen dan pelanggan semakin terhubung dengan dunia digital dan memiliki akses lebih mudah ke informasi tentang produk dan layanan. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus memahami dan menggunakan teknologi untuk dapat berinteraksi dengan konsumen maupun pelanggan secara efektif. Termasuk usaha yang dijalankan oleh pengrajin songket Cek Onah harus memahami dan merespons tren ini, sebagai strategi pengembangan usaha agar dapat bersaing di pasar yang terus berkembang dan perubahan teknologi yang semakin pesat hingga saat ini.

Karen dan Zai (2022:1105) menyatakan, penerapan digital marketing menghasilkan peningkatan *brand awareness*, *content marketing* (foto dan video marketing), profil keberadaan usaha, dan meningkatkan profit penjualan. Pembuatan konten Instagram memberikan informasi yang mudah dimengerti sehingga pelanggan memahami layanan yang diberikan, konten berisi foto dan *caption*, meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan penjualan, sebagai alat promosi, dan media promosi (Wijaya dan Yulianti, 2022:164). Megadini dan Anggapuspa (2021:80) mengemukakan bahwa, perancangan digital marketing ini menghasilkan *prototype* berbentuk *desain feed Instagram* sebagai media promosi utama, dan kartu nama serta *X-banner* menjadi media promosi pendukung. Dengan adanya media promosi melalui Instagram mampu dijangkau dengan cepat, serta meningkatkan *awareness* masyarakat luas, merupakan jalan untuk melakukan pengembangan usaha. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap

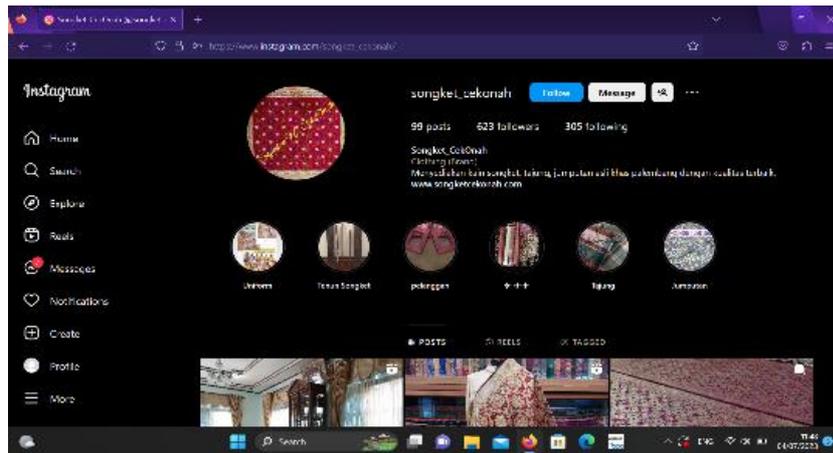
pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66).

Menurut Coviello, Milley, dan Marcolin (2001). *Digital marketing* sebagai penghubung antar pebisnis dan konsumen, *digital marketing* merupakan penggunaan internet dan teknologi interaktif lain untuk menciptakan dan menghubungkan komunikasi antara perusahaan dan konsumen spesifik, yaitu membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Sehingga dapat secara langsung menghubungkan konsumen dan perusahaan berbagi informasi dan berkomunikasi. Ini merupakan peluang bagi Perusahaan untuk mempromosi produknya. Promosi merupakan sumber informasi atau ajakan searah yang mampu mengendalikan suatu organisasi maupun seseorang, untuk mewujudkan transaksi antara pembeli dengan penjual. Promosi adalah kegiatan paling akhir dalam marketing mix yang sangat penting, karena pasar saat ini umumnya lebih cenderung bersifat pasar pembeli. dimana keputusan akhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen. (Daryanto dalam Tiani & Lathifah 2021:108).

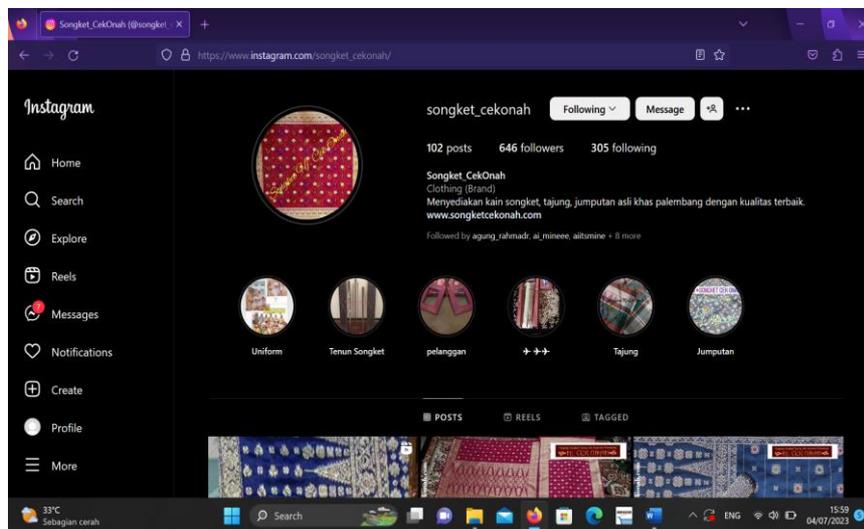
Soeparno dan Sandra (dalam Mulawarman & Nurfitri, 2017:37), menyatakan bahwa dunia internet berupa media sosial menjadi sebuah peralihan besar yang dapat mengubah perilaku manusia saat ini, dimana kegiatan sosial bisa dilakukan melalui perantara media digital dengan menggunakan sosial media yang dapat dioperasikan melalui laman web jejaring sosial. Instagram merupakan platform jejaring sosial yang memiliki berbagai fitur lengkap dan dapat digunakan untuk membagikan foto maupun video (Muh Ilham Haqqani, 2020:307).

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini didahului dengan sosialisasi sebagai upaya pendekatan antara pelaksana dan mitra sehingga terjalin hubungan kerjasama yang baik dan tingkat pemahaman yang sama terhadap masalah pemasaran digital yang dihadapi untuk meningkatkan hasil usaha mitra. Kemudian tim pelaksana memberikan penjelasan mengenai pemanfaatan sosial media sebagai sarana komunikasi dan informasi dalam memasarkan/mempromosikan produk dan jasa secara umum, dilanjutkan pemilihan media sebagai sarana pemasaran digital berdasarkan jumlah pengguna terbanyak yaitu aplikasi Instagram. Perancangan pemasaran digital dimulai dengan memperbaiki tampilan dari Instagram yang lama tidak aktif. Tim pelaksana pengabdian melakukan diskusi dan tanya jawab kepada mitra. Hal ini dilakukan agar terjadi komunikasi dua arah, maka mitra diberi kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan yang berkenaan dengan pemanfaatan pemasaran digital, agar rancangan pemasaran digital yang dibuat lebih informatif, mudah dipahami dan dapat dioperasikan oleh mitra dengan baik. Tim menggunakan aplikasi Canva sebagai alat bantu desain konten dalam bentuk *feed* dan *flyer* yang ditampilkan/dicantumkan pada media sosial Instagram pengrajin songket Cek Onah, aplikasi Canva ini memudahkan tim untuk merancang atau mendesain konten Instagram sebagai media promosi. Langkah akhir tim melakukan evaluasi kegiatan untuk mengetahui keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat, diketahui bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang perancangan digital marketing terlaksana sesuai rencana dan berhasil dioperasikan dengan baik. Hal ini ditandai selama kurang lebih 3 minggu, terdapat peningkatan jumlah *followers* (pengikut) dari 623 pengikut menjadi 646, sejak akun tersebut diaktifkan kembali, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1 Followers Sebelumnya
Sumber Instagram @songket_cekonah



Gambar 2. Penambahan Jumlah Pengikut (Followers)
Sumber Instagram @songket_cekonah (2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal yang dilakukan tim pelaksana adalah mengaktifkan kembali akun Instagram pengrajin songket Cek Onah yang telah ada kemudian dilakukan pembenahan font, warna, elemen dari akun sampai pada pembuatan video konten reels Instagram tentang produk agar pengunjung lebih mengenal motif, warna yang bervariasi dari songket Cek Onah. Kemudian rancangan pemasaran digital yang dibuat tim disosialisasikan khususnya kepada karyawan bagian administrasi pemasaran, sehingga mereka dapat mengoperasikan akun Instagram yang dibuat dengan baik dan benar sebagai sarana pemasaran digital pengrajin songket Cek Onah, sehingga pemanfaatan pemasaran digital optimal dan efektif dalam meningkatkan pengrajin songket Cek Onah.

- M Liga Suryadana, Vanny Octavia. (2020). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Rauf, A. (2021). Pengertian Digital Marketing. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*, 1(2).
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155-159.