



PELATIHAN PEMASARAN PENGRAJIN KAIN UNTUK MENINGKATKAN OMZET USAHA

Oleh

Ratnawita¹, Elizabeth², Anggita Permata Yakup³, Rulyenzi Rasyid⁴, Prihatina Jati⁵

^{1,5} Universitas Mitra Bangsa, Indonesia

² Universitas Budi Luhur, Indonesia

³ Universitas Gorontalo, Indonesia

⁴ Institut Teknologi Indonesia, Indonesia

Email: ¹witadosen@gmail.com, ²elizabeth@budiluhur.ac.id,

³anggitapermatayakup@gmail.com, ⁴rulyenzi_rasyid@yahoo.com,

⁵prihatina@hotmail.com

Article History:

Received: 28-03-2024

Revised: 05-03-2024

Accepted: 30-04-2025

Keywords:

Pelatihan, Pemasaran,
Pengrajin Kain, Omzet Usaha

Abstract: Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini untuk membuat pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan dan implementasi pemasaran pengrajin kain untuk meningkatkan omzet usaha di Indonesia. Metode pelatihan yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini bersifat partisipatif, di mana pengrajin kain tidak hanya menjadi objek pengamatan, tetapi juga mitra dalam upaya meningkatkan pemahaman dan kemampuan meningkatkan omzet usaha. Pelatihan pemasaran pengrajin kain untuk meningkatkan omzet usaha sangat penting untuk dilakukan dan dalam masa depan dapat meningkatkan daya saing dan keuntungan usaha. Pelatihan ini mencakup berbagai latihan pemahaman mengenai pemasaran digital dan pengembangan produk.

PENDAHULUAN

Pemasaran di Indonesia saat ini semakin berfokus pada pengembangan strategi pemasaran yang berkelanjutan. Strategi pemasaran yang berkelanjutan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan meminimalkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat sekitar (Pandiangan, 2023; Pandiangan et al., 2024). Selain itu, pemerintah Indonesia semakin menyediakan dukungan dalam pengembangan pemasaran di Indonesia melalui berbagai program dan kebijakan yang akan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global dan memperkuat *branding* Indonesia di mata dunia.

Keberagaman khas budaya dan keunikan adat istiadatnya menjadi produk unggulan yang dimiliki ini menjadi ciri khasnya tersendiri selain memiliki nilai estetika yang tinggi, kain tenun memiliki nilai historis dan kultural yang kuat sebagai warisan budaya dan menjadi salah satu kearifan lokal masyarakat di berbagai daerah yang dibuat sedemikian rupa untuk bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki potensi besar.

Kerajinan kain mempunyai potensi untuk dapat menampung banyak tenaga kerja dan menopang perekonomian masyarakat. Kerajinan kain dalam perkembangannya mengalami inovasi dalam bentuk dan fungsinya, tidak semata-mata untuk kepentingan busana saja. Oleh karena itu, tenun kain sebagai produk budaya yang dibutuhkan untuk kepentingan budaya



tradisional dan untuk kepentingan modern, telah menghasilkan berbagai produk tenun kain yang beraneka ragam. Keanekaragaman tersebut dapat dilihat dari aspek bentuk desain dan motif yang sangat mudah dijumpai keanekaragaman tersebut dapat dilihat dari aspek bentuk desain dan motif yang sangat mudah dijumpai.

Industri kreatif adalah kegiatan ekonomi berdasarkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan penciptaan dan kreativitas orang dengan nilai ekonomi dan yang mempengaruhi kesehatan rakyat Indonesia. Upaya untuk membuat produk dan barang dagangan memiliki sifat dan keindahan yang dijual secara manual. Pilihan keahlian juga sangat menjanjikan untuk mendapat untung. Kreativitas manusia dapat membuat produk yang sebelumnya tidak cocok untuk dijual dan memiliki nilai penjualan yang tinggi (Kurdhi et al., 2023). Digital media dalam bentuk media elektronik dan data tidak disimpan dalam format analog. Teknologi analog adalah jenis pengembangan teknologi sebelum teknologi digital. Perubahan pada model bisnis dari tradisional ke digital telah menghasilkan perubahan dalam jenis atau sistem komunikasi oleh para pemangku kepentingan.

Strategi pemasaran adalah strategi bauran pemasaran yang memenuhi tujuan pemasaran dengan memenuhi kebutuhan dan aspirasi konsumen melalui pertukaran produk dan layanan (Tambunan et al., 2024; Tambunan et al., 2025). Strategi pemasaran dikembangkan dengan cara terintegrasi untuk membuat tanggapan yang dapat diterima di pasar target yang terdiri dari produk, harga, lokasi, iklan, orang, proses, dan proses fisik. Strategi yang diterapkan oleh perusahaan yang dapat mengenali layanan produk yang memuaskan dalam segmen produk yang memuaskan, sehingga segmen pasar produk yang diperkenalkan untuk melakukan pembelian untuk menentukan rencana induk dan menarik konsumen (Usmara, 2003).

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini untuk membuat pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan dan implementasi pemasaran pengrajin kain untuk meningkatkan omzet usaha di Indonesia.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan data kuantitatif dalam mendukung selama pelatihan ini berlangsung. Data kuantitatif ialah data yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka yang dapat diukur atau dihitung secara langsung (Gultom et al., 2024; Lumbanraja et al., 2024; Pandiangan, 2024; Sihombing et al., 2024; Yoppy et al., 2023). Data ini dapat dianalisis menggunakan metode statistik dan biasanya digunakan untuk aktivitas kuantitatif (Fransisco et al., 2024; Marcella et al., 2024; Wijaya et al., 2024).

Metode pelatihan yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini bersifat partisipatif, di mana pengrajin kain tidak hanya menjadi objek pengamatan, tetapi juga mitra dalam upaya meningkatkan pemahaman dan kemampuan meningkatkan omzet usaha. Pelatihan partisipatif adalah pendekatan pelatihan di mana peserta aktif terlibat dalam proses belajar dan mutual bertukar pengetahuan, pengalaman, dan ide (Pandiangan et al., 2023; Pandiangan et al., 2025). Tidak ada peran yang jelas antara guru dan murid, melainkan semua orang belajar dan berbagi pengetahuan bersama-sama.

HASIL

Sebanyak 33 kain tradisional mulai dari batik hingga tenun ikat, saat ini diakui sebagai warisan budaya non-objek oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Tujuan

menunjukkan keragaman dan keindahan bahan tradisional Indonesia seperti batik, songket, tenun ikat, dan ulos. Ada kain langka dari kulit kayu di Kalimantan, yang keberadaannya terancam punah akibat kerusakan hutan dan kelangkaan pohon penghasilnya. Pada tahun 2013, melalui proses seleksi yang ketat, 33 kain tradisional dari berbagai daerah di Indonesia berhasil terpilih sebagai warisan budaya non-benda. Di balik keberhasilan ini terdapat upaya gigih para perajin yang secara mandiri mendaftarkan karyanya ke Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Warisan budaya non-benda ini adalah bukti nyata akan keahlian dan kreativitas para perajin di berbagai daerah yang dengan sepenuh hati melestarikan tradisi pembuatan kain. Oleh karena itu, upaya pelestarian warisan budaya tak benda ini memerlukan sinergi yang kuat antara Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Pemerintah Daerah, dan komunitas pemilik budaya. Berbagai jenis kain tradisional dari berbagai daerah di Indonesia ini sebagai upaya melindungi dan mendorong masyarakat untuk melestarikan kain tradisional.

Gambar 1. Pengrajin Kain



Berikut 33 daftar kain tradisional yang masuk warisan budaya tak benda itu, yaitu:

- 1.Songket Palembang (Sumatera Selatan)
- 2.Tenun Siak (Riau)



- 3.Tapis (Lampung)
- 4.Songket Sambas (Kalimantan Barat)
- 5.Sasirangan (Kalimantan Selatan)
- 6.Ulap Doyo (Kalimantan Timur)
- 7.Batik Indonesia (Jawa)
- 8.Tais Pet (Maluku)
- 9.Tenun Ikat Sumba (Nusa Tenggara Timur)
- 10.Songket Pandai Sikek (Sumatera Barat)
- 11.Ulos Batak Toba (Sumatera Utara)
- 12.Kerawang Gayo (Aceh)
- 13.Kain Koffo (Sulawaesi Utara)
- 14.Pakaian Kulit Kayu (Sulawesi Tengah, Pulau Kalimantan)
- 15.Karawo (Gorontalo)
- 16.Tudung Manto (Kepulauan Riau)
- 17.Kain Cual (Bangka Belitung)
- 18.Kain Besurek (Bengkulu)
- 19.Kain Lantung (Bengkulu)
- 20.Sulam Usus (Lampung)
- 21.Gringsing Tenganan (Bali)
- 22.Endek (Bali)
- 23.Tenun Ikat Dayak/Sintang (Kalimantan Barat)
- 24.Kain Tenun Sukomandi (Sulawesi Barat)
- 25.Kain Tenun Donggala (Sulawesi Tengah)
- 26.Maduaro (Lampung)
- 27.Tenun Ikat Inuh (Lampung)
- 28.Lurik Yogyakarta (DIY Yogyakarta)
- 29.Sarung Tenun Samarinda (Kalimantan Timur)
- 30.Lipa Sabbe (Sulawesi Selatan)
- 31.Batik Betawi (DKI Jakarta)
- 32.Tenun Corak Insang Kota Pontianak (Kalimantan Barat)
- 33.Lipa Saqbe Mandar (Sulawesi Barat)

Pelatihan pemasaran pengrajin kain untuk meningkatkan omzet usaha sangat penting untuk dilakukan dan dalam masa depan dapat meningkatkan daya saing dan keuntungan usaha. Pelatihan ini mencakup berbagai latihan pemahaman mengenai:

1.Pemasaran Digital

Pemasaran digital dengan produk kain ini adalah strategi untuk memasarkan kain melalui media digital seperti media sosial dan iklan *online*. Pemasaran digital dapat membantu meningkatkan penjualan kain dengan menjangkau lebih banyak pelanggan, menarik perhatian mereka dengan konten yang menarik, dan membuat mereka lebih mudah berinteraksi dengan produk.

2.Pengembangan Produk

Pengembangan produk dengan produk kain meliputi berbagai aspek, mulai dari riset dan desain hingga produksi dan pemasaran. Proses ini bisa mencakup penelitian untuk serat baru, inovasi dalam pewarnaan dan penyelesaian kain, serta adaptasi desain untuk memenuhi tren dan pasar.



KESIMPULAN

Pelatihan pemasaran pengrajin kain untuk meningkatkan omzet usaha sangat penting untuk dilakukan dan dalam masa depan dapat meningkatkan daya saing dan keuntungan usaha. Pelatihan ini mencakup berbagai latihan pemahaman mengenai pemasaran digital dan pengembangan produk.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Fransisco, F., Prasetyo, K., Surya, S., Hutahean, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Faktor-Faktor Fundamental Terhadap Earning Per Share Pada Perusahaan Perbankan BUMN. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5837-5844.
- [2] Gultom, J. A., Pandiangan, S. M. T., Silitonga, M., Sinurat, W., & Naibaho, R. (2024). PENGARUH PELATIHAN KERJA KARYAWAN TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PRODUK. *ATDS SAINTECH JOURNAL OF ENGINEERING*, 5(1), 14-18.
- [3] Gultom, J. A., Silitonga, M., Pandiangan, S. M. T., & Sinurat, W. (2024). ANALISIS SERVEQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANAYLISIS (IPA) UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL SEPEDA MOTOR. *ATDS SAINTECH JOURNAL OF ENGINEERING*, 5(2), 56-68.
- [4] Kurdhi, N. A., Sunarta, D. A., SH, M., Nur, N., Jenita, S. E., Hatta, I. H. R., ... & Rahman, A. (2023). *Statistika Ekonomi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- [5] Lumbanraja, P. C., Lumbanraja, P. L., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Covid-19 Pandemic: Is there any impact on the Agribusiness Index? *Research of Finance and Banking*, 2(2), 87-96.
- [6] Marcella, V., Hutahaeen, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Determinant of Transfer Pricing Practices for Property and Real Estate Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange Period 2020-2022. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(6), 1986-1993.
- [7] Pandiangan, S. M. T. (2023). Effect of Packaging Design and E-Satisfaction on Repurchase Intention with Quality of Service as an Intervening Variable to the Politeknik Unggulan Cipta Mandiri Students Using E-Commerce Applications. *Journal of Production, Operations Management and Economics (JPOME)*, 3(4), 51-58.
- [8] Pandiangan, S. M. T. (2024). Effect of Income and Expenditure on Foreign Visitors at Indonesian Commercial Tourist Attractions. *Journal of Social Responsibility, Tourism, and Hospitality (JSRTH)*, 4(2), 1-7.
- [9] Pandiangan, S. M. T., Gultom, J. A., Ariani, D., Dharmawan, D., & Butar-Butar, R. S. (2023). Effect of Problem-Based Learning Model on Learning Outcomes in Microeconomic Course. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 5572-5575.
- [10] Pandiangan, S. M. T., Pattiasina, V., Mawadah, B., & Dharmawan, D. Suratminingsih. (2023). Effectiveness of Problem-Based Learning Model on Critical Thinking Ability in Financial Management Course. *Edumaspul. Jurnal Pendidikan*, 7(2), 5576-5580.
- [11] Pandiangan, S. M. T., Tambunan, H. N., Gultom, J. A., & Hutahaeen, T. F. (2024). Analysis of Asset Management Ratio and Solvency Management Ratio. *Journal of Corporate Finance Management and Banking System (JCFMBS)*, 4(2), 25-36.
- [12] Pandiangan, S. M. T., Fachrurazi, I., & Kevin, N. Yulia, & Dharmawan, Donny. (2024). *Increasing Learning Achievement through the Application of Inquiry Methods in Entrepreneurship Courses*. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 8(1), 2471-2476.



- [13] Pandiangan, S. M. T., Sintesa, N., MM, C. P., Tarmin Abdulghani, S. T., MT, C., Ayi Muhiban, S. E., ... & Ak, M. (2024). *PENGANTAR BISNIS DIGITAL*. Cendikia Mulia Mandiri.
- [14] Pandiangan, S. M. T., Lumbanraja, P. C., Lumbanraja, P. L., Gultom, J. A., & LC, M. A. (2024). Effect of Service Quality on Hotel Guest Loyalty with Hotel Guest Satisfaction as an Intervening Variable in Five-Star Hotel. *Journal of Social Responsibility, Tourism, and Hospitality (JSRTH)*, 4(3), 33-41.
- [15] Pandiangan, S. M. T., Sigalingging, L., Nafisa, L., Tasrim, T., & Santosa, S. (2025). PELATIHAN PENGGUNAAN FITUR SPSS KEPADA WIRAUSAHA SEBAGAI SARANA PROMOSI BISNIS. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(8), 1585-1592.
- [16] Pandiangan, S. M. T., Dharmawan, D., Hariyanto, M., Pujiastuti, E., & Zalogo, E. F. (2025). Resilience Management in Generation Z Entrepreneurs in Medan City. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 5(1), 19-26.
- [17] Sihombing, R. S. Z., Tutik, D. W., Nathalie, N., Hutahean, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, Pertumbuhan Dan Profitabilitas Terhadap Earning Per Share Terhadap PT. Bank BRI Tbk Pada Tahun 2018-2021. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8085-8093.
- [18] Tambunan, H. N., Pandiangan, S. M. T., & Candra, S. Mei Veronika Sri Endang, & Hendarti, Ricca.(2024). Upaya Peningkatan Perekonomian dengan Memanfaatkan Potensi Ibu Rumah Tangga di Era Digital pada Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur. *E-Amal: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4 (1), 1-6.
- [19] Tambunan, H. N., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Pengaruh Kegunaan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 650-658.
- [20] Tambunan, H. N., Haribowo, R., Akbar, A., Munizu, M., & Pandiangan, S. M. T. (2025). Operational Management for Business Production Processes. *International Journal of Education, Social Studies, and Management (IJESSM)*, 5(1), 161-169.
- [21] Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jogjakarta: Amara Boob.
- [22] Wijaya, A., Hutahean, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2024). PENGARUH FEE AUDIT, AUDIT TENURE, REPUTASI AUDITOR, KOMITE AUDIT, DAN ROTASI AUDIT TERHADAP KUALITAS AUDIT PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2022. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 4426-4438.
- [23] Yoppy, I., Hartono, I. A., Hutahaean, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2023). Influence Profitability, Policy debt, Policy Dividend, Investment Decision, And Firm Size to Company Value Manufacture Sub Sector Food and Drink Which Registered in the Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Economics Social and Technology*, 2(3), 175-183.