



PENDAMPINGAN DAN PEMASARAN KELOMPOK TENUN IKAT INSANA

No	Nama Penulis	Email
1	Maximus L Taolin	maggietaolin@yahoo.com
2	Syaefudin Aziz	syaefudin@unimor.ac.id
3	Desmon Redikson Manane	desmonm23@gmail.com
4	Adi Faisal Aksa	adifaisalaksa@unimor.ac.i
5	Marlinda Pala Bani	lindabani27@gmail.com
6	Nurul Huda	nurulhuda@unimor.ac.id
7	Sirilius Seran	siriliusserann@unimor.ac.id

1,2,3,4,5,6,7 Universitas Timor

maggietaolin@yahoo.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat kelompok tenun ikat insana dimulai dengan melakukan koordinasi, koordinasi dilakukan untuk menentukan jadwal kegiatan dan materi pelatihan, kemudian membuat kesepakatan bersama tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam memecahkan permasalahan yang dialami oleh kelompok tenun ikat insana sendiri, dari hasil koordinasi mendapatkan kesepakatan tentang kegiatan PKM yang akan dilaksanakan yaitu jadwal kegiatan PKM, pelatihan pemasaran online dan pendampingan manajemen usaha. Pendampingan dan pemasaran kelompok kelompok tenun ikat insana diikuti oleh pengurus dan anggota kelompok dengan semangat. Setelah dilakukan rangkaian kegiatan pengabdian oleh Tim Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Timor peserta merasa mendapatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan tentang bagaimana pemasaran produk secara online dan manajemen usaha.

Kata Kunci: Pendampingan; Pemasaran; Tenun Ikat

©2022. Diterbitkan oleh Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat (JUPEMAS). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi BY-NC <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

1. Pendahuluan

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki cukup banyak pengrajin tenun tradisional yang tumbuh dan berkembang secara turun-temurun dalam masyarakat (Setiawan & Suwarnigdyah, 2014). Kain tenun bagi masyarakat Kabupaten Timor Tengah Utara (TTU) diyakini mempunyai nilai dan kandungan makna, selain itu motif juga tidak hanya membedakan seni budaya dan adat istiadat masing-masing suku yang terhimpun dalam kerajaan yang familiar dengan sebutan *Biinmafo*, tetapi mempunyai kaitan dengan pralambang status dan kedudukan sosial seseorang dalam kehidupan bermasyarakat (Bria & Conceicao, 2022).

Kelompok tenun ikat insana sendiri memiliki anggota belasan orang yang mayoritas adalah perempuan. Kelompok ini menjual tenun ikat disekitaran pulau timor. Penjualan tenun ikat masih dilakukan secara tradisional melalui mulut ke mulut masyarakat. Jika ada pembeli harus datang langsung ke tempat, namun sesekali kelompok ini mengikuti kegiatan bazar yang ada di Timur Tengah Utara dan sekitarnya.

Pemasaran masih menggunakan model langsung ke pelanggan. Pemilik langsung melakukan pemasaran sendiri ke berbagai pelanggan yang ada di beberapa daerah, solusi yang ditawarkan dengan memberikan fasilitas media pemasaran yang komprehensif baik pemasaran online, membuat katalog produk yang informatif, sehingga sebagai bahan promosi perusahaan dalam meningkatkan pemasarannya. (Ismanto et al., 2020). Memberikan pelatihan membuat kemasan memberikan Teknologi Tepat Guna untuk berjualan online melalui Tokopedia dan Sopphe (Riyadi & Mujanah, 2021).

Pendampingan bertujuan untuk penguatan kelembagaan dan peningkatan pengetahuan serta keterampilan didalam melakukan pemasaran online. Kegiatan diikuti oleh pengurus dan anggota. Setelah dilaksanakan rangkaian kegiatan pengabdian, peserta merasa telah terjadi peningkatan pengetahuan tentang marketplace dan keterampilan desain kemasan (Widodo & Nugroho, 2022). Budaya Organisasi yang sehat membangun semangat kompetisi dan kerjasama (*cooptation*), membangun dan memajukan organisasi dimana kita berkarya dengan memberikan sumbangsih kinerja terbaik baik secara perseorangan maupun secara kelompok (Syaefudin Aziz et al., 2022)

2. Metode

Metode pelaksanaan pengabdian adalah metode problem solving yaitu upaya peningkatan hasil melalui proses secara ilmiah untuk menilai, menganalisis, dan memahami keberhasilan. Oleh karena itu, untuk menyelesaikan sebuah masalah seseorang harus dibiasakan berpikir secara mandiri (Riyadi & Mujanah, 2021). Pendampingan merupakan program inti dari keseluruhan program. Pendampingan dilakukan agar proses perubahan yang terjadi pada masyarakat berjalan dengan baik dan kebutuhan belajar bisa terfasilitasi secara optimal (Widodo & Nugroho, 2022). Sehingga penyelesaian dapat dilakukan dengan mencari strategi pemasaran yang tepat dan memberikan pendampingan tentang manajemen usaha, mitra dalam kegiatan ini selalu aktif berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan ini dalam setiap pelatihan dan mampu mengimplementasikan hasil pelatihan secara baik.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat kelompok tenun ikat insana dimulai dengan melakukan koordinasi, koordinasi dilakukan untuk menentukan jadwal kegiatan dan materi pelatihan, kemudian membuat kesepakatan bersama tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam memecahkan permasalahan yang dialami oleh kelompok tenun ikat insana sendiri, dari hasil koordinasi mendapatkan kesepakatan tentang kegiatan PKM yang akan dilaksanakan yaitu jadwal kegiatan PKM, pelatihan pemasaran online dan pendampingan manajemen usaha.

3.1. Kegiatan Koordinasi



Gambar 3.1. Koordinasi dengan kelompok tenun ikat insana

3.2. Kegiatan pelatihan pemasaran



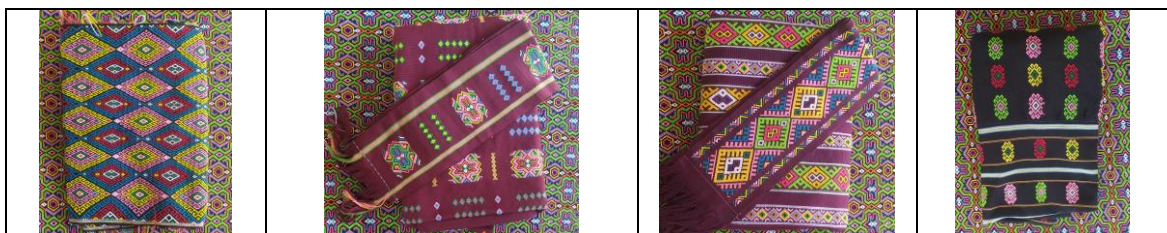
Gambar 3.2. Kegiatan pelatihan pemasaran

3.3. Kegiatan pendampingan manajemen usaha



Gambar 3.3. Pendampingan manajemen usaha

3.4. Produk kain tenun insana





Gambar 3.4. Produk kain tenun insana

4. Simpulan

Pendampingan dan pemasaran kelompok kelompok tenun ikat insana diikuti oleh pengurus dan anggota kelompok dengan semangat. Setelah dilakukan rangkaian kegiatan pengabdian oleh tim dosen prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas timor peserta merasa mendapatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan tentang bagaimana pemasaran produk secara online dan manajemen usaha.

Daftar Pustaka

- Bria, L. N., & Conceicao, B. M. N. Da. (2022). Inovasi Pemasaran Kain Tenun Ikat Desa Maubesi Kecamatan Insana Tengah Kabupaten Timor Tengah Utara. *Sigmatgri*, 2(02), 85–91. <https://doi.org/10.32764/sigmatgri.v2i02.672>
- Ismanto, H., Tamrin, M. H., & Edward, M. Y. (2020). Pendampingan UKM Tenun Ikat Troso dalam Pengelolaan Model Pemasaran Berbasis Online. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(1), 87. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i1.2744>
- Riyadi, N., & Mujanah, S. (2021). Strategi Pemasaran Dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok Usaha Kecil Kerupuk Di Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 3(1). <https://doi.org/10.29303/amtpb.v3i1.56>
- Setiawan, B., & Suwarnigdyah, R. R. N. (2014). Strategi Pengembangan Tenun Ikat Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 20(3), 353–367. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v20i3.150>
- Syaefudin Aziz, Nurul Huda, & Luluh Abdilah Kurniawan. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 337–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.71>
- Widodo, A. S., & Nugroho, B. W. (2022). Pendampingan Kelompok Usaha Pemasaran on Line Industry Creative. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 1744–1753. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.653>