

Digitalisasi Multi-Channel Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Tenun Endek Bali

Made Ermawan Yoga Antara¹, Ida Ayu Oka Martini²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia
madeermawan@undiknas.ac.id¹, dy.oka.martini@gmail.com²

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM yang bergerak di bidang produksi kain tenun endek khas Bali yaitu Tenun Tinizhop. Tenun Tinizhop sejak berdiri tahun 2018 telah berperan dalam upaya pelestarian kearifan lokal budaya Bali melalui kain tenunan asli Bali yang diproduksi dengan alat tenun bukan mesin. Tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini yaitu untuk meningkatkan promosi kain tenun dengan mendorong inovasi melalui teknologi informasi yaitu strategi multi-channel. Pengimplementasian strategi multi-channel sanggup meningkatkan promosi pemasaran dan penjualan produk tenun endek sehingga usaha tenun endek akan mengalami peningkatan dan tujuan bisnis berkelanjutan dapat tercapai.

Kata Kunci: tenun, endek, UMKM, *multi-channel*

Abstract

This Community Service activity was carried out at an SME which is engaged in the production of Balinese endek woven cloth, namely Tenun Tinizhop. Since its founding in 2018, Tenun Tinizhop has played a role in efforts to preserve local Balinese cultural wisdom through authentic Balinese woven fabrics produced using looms, not machines. The aim of this community service activity is to increase the promotion of woven fabrics by encouraging innovation through information technology, namely a multi-channel strategy. Implementing a multi-channel strategy can increase marketing promotions and sales of endek weaving products so that the endek weaving business will experience an increase and sustainable business goals can be achieved.

Kata Kunci: weaving, endek, SMEs, *multi-channel*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Klungkung adalah salah satu kabupaten di Provinsi Bali yang memiliki banyak UMKM dan menjadi destinasi wisata populer bagi para wisatawan asing maupun domestic (Ekayani et al., 2023). Cinderamata atau souvenir di Bali sangatlah penting bagi para wisatawan untuk digunakan sebagai oleh-oleh (Farida et al., 2022). UMKM berperan sebagai produsen souvenir yang memasok produk via toko oleh-oleh maupun untuk dipasarkan sendiri (Maksum et al., 2020).

Tenun ikat Endek merupakan salah satu produk UMKM di kabupaten Klungkung yang sudah terkenal sejak puluhan tahun lalu di berbagai kalangan masyarakat. Tenun

endek termasuk sebagai produk yang bernilai kearifan lokal serta menjadi warisan budaya Bali (Rosyadi et al., 2022). Endek adalah kain tenun ikat khas Bali yang dihasilkan dari seni tradisional yang dapat dipergunakan sebagai pakaian adat maupun pakaian sehari-hari. Kain tenun endek selain sebagai pakaian adat Bali juga menjadi favorit wisatawan domestik maupun mancanegara untuk dijadikan oleh-oleh (Wahyono & Hutahayan, 2021).

Kain tenun endek sedang digencarkan promosinya oleh pemerintah Provinsi Bali untuk lebih dikenal di kalangan masyarakat luas dan perlu dilestarikan karena merupakan warisan leluhur yang bernilai kearifan local (Wahyuni & Sara, 2020). Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah Provinsi Bali salah satunya dengan mewajibkan pegawai pemerintah maupun karyawan swasta memakai pakaian dari kain tenun ikat endek pada hari tertentu (JDIH Pemerintah Provinsi Bali, 2021). Upaya ini diharapkan akan membantu promosi pemasaran kain tenun ikat endek agar tidak tergerus popularitasnya oleh tren-tren busana modern.

UMKM tenun ikat endek ditengah era globalisasi harus semakin kompetitif dalam menghadapi ketatnya persaingan (Semuel et al., 2022). Sejumlah fakta berhasil diperoleh dari wawancara awal dengan owner UMKM tenun endek Bali, di antaranya ada kendala regenerasi dalam menularkan minat untuk menekuni industri tenun ikat endek ke generasi berikutnya; produktivitas belum optimal dalam menghasilkan kain tenun endek dengan proses alat tenun bukan mesin (ATBM); serta banyak beredar di pasaran kain endek motif tiruan yang diproduksi dengan mesin, dimana harganya lebih murah dari endek asli tenunan Bali namun dari segi kualitas tidak terlalu mumpuni. Jika kain endek dibuat dengan mesin tenun dan diproduksi dalam jumlah besar, maka kualitas kain endek kurang kuat. Selain itu, kain endek olahan mesin tenun akan cepat robek dan warnanya cepat pudar setelah dicuci, kain juga terasa panas dan cepat kusut ketika digunakan (Tetamian, 2020).

TINJAUAN PUSTAKA

Kata “Endek” berasal dari kata sifat “Gendekan” atau “Ngendek” yang mengandung makna diam atau tetap. Dalam konteks tenun ikat endek artinya bahwa kain endek tidak berubah warnanya, tidak lekang oleh waktu (Ekarini et al., 2020).

Menenun endek merupakan teknik pembuatan kain dengan menggabungkan secara bersilangan memanjang dan melintang antara benang lungsi dan benang pakan sehingga menjadi satu lembaran kain. Alat yang digunakan dalam proses menenun kain endek yaitu alat tenun bukan mesin atau sering disingkat ATBM (Suryani et al., 2022).

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Program Pengabdian Pada Masyarakat dilakukan melalui kerja sama dengan UMKM Tenun Tinizhop yang didirikan oleh Ni Putu Tini Purwanti. Adapun tahapan pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat ini yaitu:

- A. Tahap Identifikasi Permasalahan. Pada tahapan ini, peserta pengabdian melakukan observasi langsung ke lokasi pelaksanaan program pengabdian sebagai langkah dalam menggali permasalahan antara lain sebagai berikut:
 - 1) Kain endek motif-motif tiruan banyak beredar di pasaran namun prosesnya dicetak dengan mesin sehingga kualitasnya tidak sebaik kain yang dihasilkan dari alat tenun bukan mesin/ATBM (Gambar 2).
 - 2) Kendala regenerasi dalam mendorong minat generasi muda untuk menekuni pekerjaan menenun endek (Gambar 3).
- B. Tahap Penyusunan Program. Setelah permasalahan ditemukan, maka peserta pengabdian merancang program pelaksanaan pengabdian.
- C. Tahap Sosialisasi Program. Peserta pengabdian selanjutnya melakukan sosialisasi kepada UMKM dengan topik: Peran Digitalisasi Multi Channel Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Tenun Endek Bali.
- D. Pengimplementasian strategi multi-channel pada UMKM Tenun Tinizhop.
- E. Tahap Evaluasi Pelaksanaan Program, adalah tahap akhir untuk memperoleh umpan balik dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan pengumpulan informasi dari pemilik UMKM Tenun Tinizhop, Ni Putu Tini Purwanti, maka dapat dikemukakan sebagai berikut:

- A. Pada tahapan identifikasi permasalahan, peserta pengabdian pada masyarakat diterima dengan baik oleh Ni Putu Tini Purwanti selaku owner Tenun Tinizhop.

Dalam kesempatan ini beliau memaparkan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Tenun Tinizhop (Gambar 1).



Gambar 1. Wawancara dengan owner UMKM Tenun Tinizhop untuk mengidentifikasi kendala pada UMKM



Gambar 2. Kain endek motif produksi mesin tidak mencerminkan kearifan lokal budaya Bali



Gambar 3. Tradisi sebagai penenun kurang diminati kaum muda

- B. Atas dasar permasalahan yang dikumpulkan melalui observasi ke lokasi UMKM Tenun Tinizhop serta wawancara dengan owner, selanjutnya peserta pengabdian melakukan rapat untuk membahas dan menyiapkan rencana solusi yang dapat ditawarkan guna mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut (Gambar 4).
- C. Hasil rapat berupa kesepakatan untuk melakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi informasi yaitu pengimplementasian strategi multi-channel untuk meningkatkan promosi pemasaran dan penjualan produk kain tenun endek (Gambar 5).
- D. Peserta pengabdian selanjutnya melakukan kegiatan sosialisasi di lokasi UMKM yang mengambil tema: Peran Digitalisasi Multi-Channel Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Tenun Endek Bali. Peserta pengabdian kemudian melaksanakan program pengimplementasian strategi multi-channel pada UMKM Tenun Tinizhop (Gambar 6).



Gambar 4. Pertemuan untuk membahas dan menyiapkan solusi guna mengatasi masalah yang dihadapi UMKM



Gambar 5. Sosialisasi pemanfaatan digitalisasi dan strategi multi-channel di lokasi UMKM



Gambar 6. Implementasi strategi multi-channel pada UMKM Tenun Tinizhop



Gambar 7. Proses produksi dengan alat tenun bukan mesin (ATBM) dan promosi pada acara UMKM (offline channel)



Gambar 8. Promosi pemasaran tenun endek melalui platform digital (online channel)



Gambar 9. Konten edukasi tentang produk endek kepada konsumen melalui platform digital (online channel)

E. Selanjutnya dilakukan tahapan evaluasi dan umpan balik program pengabdian kepada masyarakat. Berdasarkan hasil evaluasi dan umpan balik pelaksanaan program yang diperoleh dari hasil pengamatan dan informasi dari UMKM Tenun Tinizhop dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Implementasi strategi multi-channel berhasil meningkatkan omzet penjualan UMKM Tenun Tinizhop melalui berbagai upaya pemanfaatan teknologi informasi. Peserta pengabdian membantu Tenun Tinizhop dalam mendesain foto produk serta memberikan inovasi yaitu konsep-konsep yang menarik untuk di posting di media sosial Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business (Gambar 8).
- 2) Membantu mengajari UMKM dalam pengeditan catalog di media sosial Instagram dan Facebook agar lebih tertata dan dapat menarik minat konsumen. Dan juga membantu memposting foto produk di Instagram Story dengan tujuan memperkuat branding produk dari UMKM Tinizhop.
- 3) Mempromosikan produk Tenun Tinizhop secara digital melalui website serta aplikasi marketplace Shopee, Tokopedia, PaDi UMKM (Gambar 9).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi sebagaimana yang telah dipaparkan, Kegiatan Pengabdian pada masyarakat dapat menjadi program yang sangat efektif untuk meningkatkan potensi kewirausahaan di era digitalisasi. Melalui fokus pada pengembangan strategi multi-channel pada UMKM, program ini dapat memberikan kontribusi yang sangat positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan memberdayakan UMKM untuk menjadi pelaku utama dalam ekosistem bisnis digital.

Kesempatan untuk terlibat dalam pengembangan strategi pemasaran digital tentang penciptaan konten kreatif untuk di posting dalam media sosial serta menata postingan feed Instagram, meningkatkan visibilitas toko secara online. Pemahaman praktis tentang operasional bisnis UMKM termasuk manajemen stok, pelayanan pelanggan, dan aspek keuangan. Hal ini memberikan gambaran menyeluruh tentang tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM industri tenun.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekarini, N., Setiawan, J., Christianto, R., Syabana, D. K., & Satria, Y. (2020). Pengembangan Ragam Hias Tenun Endek untuk Mendukung Industri Kreatif di Sidemen Karangasem. *Dinamika Kerajinan Dan Batik*, 37(2), 375514.
- Ekayani, N. N. S., Anom Purbawangsa, I. B., Artini, L. G. S., & Rahyuda, H. (2023). The mediating effect of technology innovation on intellectual capital performance: Evidence from Indonesian SMEs. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(4), 1821–1830. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.6.009>
- Farida, F. A., Hermanto, Y. B., Paulus, A. L., & Leylasari, H. T. (2022). Strategic Entrepreneurship Mindset, Strategic Entrepreneurship Leadership, and Entrepreneurial Value Creation of SMEs in East Java, Indonesia: A Strategic Entrepreneurship Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(16). <https://doi.org/10.3390/su141610321>
- JDIH Pemerintah Provinsi Bali. (2021). Penggunaan Kain Tenun Endek Bali/kain Tenun Tradisional Bali. Retrieved from: <https://jdih.baliprov.go.id/produk-hukum/peraturan-perundang-undangan/se-gubernur-bali/28682>.
- Maksum, I. R., Sri Rahayu, A. Y., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030050>
- Rosyadi, S., Kusuma, A. S., Fitrah, E., Zayzda, N. A., & Pimoljinda, T. (2022). Barriers of public policy faced by SMEs of creative economy in Indonesia. *International Journal of Law and Management*, 64(1), 32–48. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-02-2020-0061>
- Semuel, H., Mangoting, Y., & Hatane, S. E. (2022). The interpretation of quality in the sustainability of Indonesian traditional weaving. *Sustainability*, 14(18), 11344.

-
- Suryani, S., Widiartini, N. K., & Angendari, M. D. (2022). Perkembangan Kain Tenun Endek Kolok Di Desa Bengkala. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 13(1), 56–65.
- Tetamian. (2020). Kualitas Kain Endek – Berdasarkan Pewarna, Benang & Alat Tenun Yang Digunakan. Retrieved from: <https://tetamian.com/kualitas-kain-endek/>
- Wahyono, & Hutahayan, B. (2021). The relationships between market orientation, learning orientation, financial literacy, on the knowledge competence, innovation, and performance of small and medium textile industries in Java and Bali. *Asia Pacific Management Review*, 26(1), 39–46. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2020.07.001>
- Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context. *Journal of Workplace Learning*, 32(1), 35–62. <https://doi.org/10.1108/JWL-03-2019-0033>