

## **Pelestarian Kerajinan Tangan Tenun Songket Sutra Weaving Center Songket Sutra Poni's Desa Jinengdalem**

**Luh Kartika Ningsih<sup>\*a</sup>, Ni Made Rianita<sup>b</sup>, Komang Puspawati<sup>c</sup>,**  
Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma <sup>a,b,c</sup>  
luhkartikaningsih@gmail.com\*

### **Abstract**

*Handicrafts become one of the cultural heritage that must be preserved. One of them is handicraft weaving songket. Its current existence is starting to worry because the interest of the successor is not directly proportional to the current condition. The purpose of this activity is to preserve the handicrafts of songket weaving through human resource development and marketing of the resulting products. Fostering the interest of the younger generation as a successor to cultural heritage while fostering an entrepreneurial spirit by providing understanding and providing explanations about the product marketing process through internet marketing. The benefits that can be felt by partners are able to add insight into human resource management as well as an understanding of product marketing through internet marketing for market expansion.*

**Keywords:** *Preservation of handicrafts, MSMEs, Entrepreneurship*

### **Abstrak**

Kerajinan tangan menjadi salah satu warisan budaya yang harus tetap dilestarikan keberadaannya. Salah satu diantaranya kerajinan tangan tenun songket. Keberadaannya saat ini mulai mengkhawatirkan karena minat penerus tidak berbanding lurus dengan kondisi saat ini. Tujuan dari kegiatan ini adalah melestarikan kerajinan tangan tenun songket melalui pengembangan sumber daya manusia dan pemasaran terhadap produk yang dihasilkan. Menumbuhkan minat para generasi muda sebagai penerus warisan budaya sekaligus menumbuhkan jiwa kewirausahaan dengan cara memberikan pemahaman serta memberikan penjelasan tentang proses pemasaran produk melalui *internet marketing*. Manfaat yang dapat dirasakan oleh mitra adalah dapat menambah wawasan tentang pengelolaan sumber daya manusia serta pemahaman tentang pemasaran produk melalui *internet marketing* untuk perluasan pasar.

**Keywords:** Pelestarian kerajinan tangan, UMKM, Kewirausahaan

## **1. Pendahuluan**

Bali dikenal sebagai pulau dewata dengan keanekaragaman budaya dan adat istiadat yang sudah menjadi ciri khasnya. Salah satu keanekaragaman budaya yang terdapat di Bali adalah kerajinan tangan. Suprpto (1985) menyebutkan bahwa Kerajinan merupakan kerajinan tangan yang menghasilkan barang-barang bermutu seni, maka dalam prosesnya dibuat dengan rasa keindahan dan dengan ide-ide yang murni sehingga menghasilkan produk yang berkualitas mempunyai bentuk yang indah dan menarik. Hal yang sama disampaikan oleh Bandem (2002) Kriya dalam bahasa Indonesia berarti pekerjaan (ketrampilan tangan). Di dalam bahasa Inggris disebut *craft* berarti energi atau kekuatan. Pada kenyataannya bahwa seni kriya sering dimaksudkan sebagai karya yang dihasilkan karena skill atau ketrampilan seseorang.

Menurut Undang - Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Bab 1 Pasal 1, Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.

<https://journal.yrpiuku.com/index.php/ceej>

e-ISSN:2715-9752, p-ISSN:2715-9868

Copyright © 2021 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license.

Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Dalam perkembangannya, kerajinan tangan yang dihasilkan, selanjutnya dijadikan sebuah peluang usaha oleh sekelompok orang untuk dapat meningkatkan perekonomian melalui usaha mikro yang dikelola secara pribadi atau kelompok. *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem merupakan sentra industri usaha kecil menengah (UKM) yang memproduksi kain songket sutra yang terletak di Desa Jinengdalem, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. Pada tahun 2011, Yayasan CTI (Cita Tenun Indonesia) bekerjasama dengan PT. Garuda Indonesia melakukan pembinaan terhadap 13 pengerajin songket di Desa Jinengdalem. Usaha ini sempat lesu di tahun 1990-an. Mereka dibina mengenai motif, bahan, serta pewarnaan. Owner atau pemilik Usaha *Weaving Center* Songket Sutra Poni's yaitu Ketut Sri Poni berumur 46 tahun. Pada tanggal 12 April 2012 *Weaving Center* Songket Sutra Poni's mulai berdiri kembali setelah mengikuti pembinaan mengenai proses pembuatan kain songket. Proses pembuatan kain songket masih menggunakan cara tradisional ditenun dengan proses handmade, alat tenunan tradisional disebut dengan *cag-cag*.

Ketut Sriponi merupakan pengrajin sekaligus pengepul dan terdapat 25 orang pengrajin yang bekerja dengannya. Sebagian besar masyarakatnya terutama ibu-ibu rumah tangga sebagai pengrajin tenun songket, namun belum bisa optimal. Kerajinan Tenun Songket ini memang sudah dari turun temurun, tidak hanya orang asli dari disini saja yang bisa, tetapi ibu-ibu yang menikah kesini juga banyak yang sudah belajar dan bisa menenun. Sebanyak 25 pengrajin menenun di rumahnya masing-masing, menggunakan sistem borongan. Dalam sebulan, sekitar 20 lembar kain songket mampu terjual. Kain songket kini sudah menjadi trend baru di dunia industri busana. Songket tidak hanya dipakai kain bawah, namun bisa juga dikreasi menjadi busana resmi ataupun busana pesta. Kerajinan Tenun Songket ini tergolong Tradisional, nyatanya Tenun Songket Jinengdalem masih banyak diminati oleh pembeli. Tidak hanya oleh warga lokal Bali, tetapi juga banyak diorder oleh orang luar Bali.

Kain Songket Jinengdalem bahan baku dasarnya ialah Benang sutra berwarna putih yang di import dari India, Cina dan Thailand, ada juga benang emas, perak, kombinasi katun juga ada, tetapi sekarang bahan dasarnya tidak lagi menggunakan benang emas, melainkan benang sutra hasilnya menjadi lebih lentur. Seorang pengrajin songket, Ketut Sri Poni bersama 25 pengrajin tetap berinovasi agar songket yang dihasilkannya tetap menarik minat pelanggannya. Dengan peningkatan kualitas dan inovasi motif tenun, Proses pembuatan satu kain tenun songket khas Jinengdalem kualitas sutra murni bisa memakan waktu 1 bulan sampai dengan 1,5 bulan. Ibu Ketut Sri Poni mengaplikasikan pewarna alami dalam proses pewarnaan kain songketnya seperti menggunakan daun jati, kulit pohon mangga, kunyit untuk mendapatkan warna alami di kain songket produksinya. Teknik

pewarnaan ini diyakininya baru dilakukan olehnya di pertenunan songket yang ada ada di Buleleng. Selain memiliki motif dan warna yang indah, mereka juga membuat kain tenun songket ini lebih lentur, tidak kaku seperti pada umumnya serta dapat dicuci. Kain Songket identik dengan kain yang agak kaku karena menggunakan benang emas. Sekarang benang emas sulit dicari, sehingga kami membuatnya dengan *full* benang sutra, hasil kainnya lebih lemas dan banyak yang suka. Industri kerajinan tenun songket di Kabupaten Buleleng khususnya di perusahaan *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem memiliki 16 ragam motif dan merupakan motif khas Buleleng yang diwarisinya secara turun-temurun. Kain songket dengan bahan kain sutra yang paling diminati konsumen seperti motif Patra Sari, Pot-potan, Bunga Sungenge, Semanggi Gunung, Bintang Kecil, Cakar Ayam. *Weaving Center* Songket Sutra Poni's ini sudah sah memiliki Surat Izin Usaha dari Cinta Tenun Indonesia (CTI) dan PT. Garuda Indonesia. Berikut merupakan plang usaha *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem:



Gambar 1. Plang Usaha *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem

Produksi utama dari *Weaving Center* Songket Sutra Poni's adalah kain lembaran yang nantinya dapat dimodifikasi menjadi beragam produk seperti udeng, pakaian atau baju terusan, tas, pernak-pernik sandal wanita dan sejenisnya. Berikut merupakan contoh produk kain tenun songket sutra dari usaha *Weaving Center* Songket Sutra Poni's:



Gambar 2. Produk *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem

Tujuan dari pembinaan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem adalah untuk membina kelompok perajin penenun songket dan memperdayakan potensi ekonomi lokal. Pembinaan ini

melibatkan dua aspek yaitu Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dan Aspek Pemasaran. Industri kain tenun di Indonesia merupakan sebuah peluang usaha yang perlu mendapatkan perhatian khusus, untuk dapat terus melestarikan warisan budaya bangsa sekaligus kebanggaan yang mencerminkan jati diri bangsa Indonesia. Berdasarkan observasi lapangan yang sudah dilakukan, salah satu upaya pelestarian industri kain tenun songket untuk menjaga keberadaan produk khas Desa Jinengdalem. Selain itu dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar, mengurangi pengangguran, melestarikan kekayaan budaya serta mempertahankan nilai budaya setempat, khususnya di Desa Jinengdalem.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diidentifikasi permasalahan atau kendala yang dihadapi oleh *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalam diantaranya:

**1. Aspek Sumber Daya Manusia**

Pada aspek sumber daya manusia pada UMKM *Weaving Center* Songket Sutra Poni's yang beralamat di Desa Jinengdalem, kerajinan songket ini sudah ada dari turun-temurun. Masalah yang dihadapi pada industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's ini lambatnya dalam kinerja produksi karyawannya atau pengrajin yang bekerja dengannya kebanyakan ibu-ibu rumah tangga dan kaum lansia serta bekerjanya belum bisa optimal, mereka belum memahami cara untuk meningkatkan kinerja karyawan atau pengrajin di industri tersebut serta sistem bekerjanya juga belum pasti.

**2. Aspek Pemasaran**

Pada aspek pemasaran UMKM yang sudah dilaksanakan oleh Ibu Ketut Sri Poni pada *Weaving Center* Songket Sutra Poni's di Desa Jinengdalem dalam memasarkan produknya selalu atau lebih banyak melakukan pemasaran secara konvensional yang dilakukan secara langsung (offline ) seperti dari mulut ke mulut dan pintu ke pintu. Pengrajin belum memasarkan produknya secara maksimal, mereka hanya menitipkan hasil produksinya pada pedagang - pedagang dan penduduk sekitar. Maka dari itu usaha ini di karenakan kurangnya dalam memasarkan produknya melalui *internet marketing* serta belum memahami cara mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggannya.

**2. Metode**

Ada beberapa tahap yang dilakukan dalam pelaksanaan pembinaan yang dilakukan di *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalam, diantaranya:

**a. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan UKM**

Pada pembinaan UMKM di industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's yang beralamat di Desa Jinengdalem, pihak-pihak yang terlibat pada pembinaan ini yaitu *owner* atau pemilik industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's, karyawan atau pengerajin dan kami yang melakukan pembinaan di tempat tersebut.

**b. Tahap Persiapan**

Pada tahap ini saya melakukan koordinasi antara kami dengan *owner* UMKM tersebut untuk membicarakan tentang tanggal pelaksanaan pembinaan UMKM dari di mulainya pembinaan sampai berakhirnya pembinaan tersebut dan saya menyerahkan surat permohonan izin PKL kepada pemilik *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem bahwa saya akan mengadakan pembinaan di

UMKM tersebut.

**c. Tahap Pelaksanaan / Prosedur Kerja**

Pada pembinaan UMKM ini yang akan dilaksanakan seperti antara lain :

- a) Memberikan pembinaan sumber daya manusia mengenai cara meningkatkan kinerja karyawan atau pengerajin agar lebih baik di dalam sebuah usaha serta pembinaan membuat jadwal kerja secara pasti pada industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem
- b) Melakukan pembinaan *Digital Marketing*
- c) Melakukan pembinaan tentang pemahaman dalam mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

**3. Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan pembinaan UMKM di Desa Jinengdalem ini difokuskan pada industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's. Hal ini dilaksanakan karena di UMKM *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Desa Jinengdalem ini merupakan salah satu UMKM kerajinan tangan andalan dari Desa Jinengdalem. Pada industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's masih kurang paham terkait bagaimana cara pengelolaan UMKM terutama pada aspek manajemen sumber daya manusia dan aspek pemasaran. Tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam pembinaan UMKM ini mulai dari tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Berikut dijelaskan tahapan yang sudah dilaksanakan:

**1. Tahap Persiapan**

Pada tahapan ini penulis telah melakukan koordinasi dengan *owner* UMKM untuk menentukan tanggal pelaksanaan pembinaan UMKM sampai berakhirnya pembinaan tersebut. Pada tahap ini diawali dengan berkoordinasi dengan *owner* terkait pelaksanaan pembinaan.

**2. Tahap Pelaksanaan**

Pembinaan UMKM yang dilakukan meliputi Aspek Sumber Daya Manusia dan Aspek pemasaran. Pada pelaksanaan pembinaan ini kami memberi arahan mengenai materi tentang manajemen sumber daya manusia (MSDM), kami melakukan pembinaan bagaimana cara meningkatkan kinerja karyawan atau pengerajin agar lebih baik di dalam sebuah usaha, serta melakukan pembinaan tentang bagaimana cara membuat jadwal kerja secara pasti pada industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Desa Jinengdalem. Dilaksanakannya pembinaan UMKM dari aspek manajemen sumber daya manusia (MSDM) ini dikarenakan manajemen sumber daya manusia salah satu elemen yang paling penting agar sebuah bisnis atau perusahaan dapat berjalan dengan baik. Tanpa adanya sumber daya manusia tersebut atau kualitasnya yang kurang baik, perusahaan akan sulit untuk berjalan dan beroperasi dengan semestinya meski sumber daya yang lain telah terpenuhi. Materi dibahas yang secara umum seperti pengertian msdm, fungsi, tujuan dan lain-lain. Menurut Sunarto mengemukakan bahwa manajemen sumber daya manusia terdapat 12 tujuan yang penting bagi pemilik perusahaan, diantaranya :

- a. Memperoleh dan mempertahankan tenaga kerja yang terampil, memiliki motivasi tinggi dan dapat dipercaya bagi organisasi.
- b. Meningkatkan dan memperbaiki kualitas tenaga kerja dalam organisasi yang diukur dari kontribusi, kemampuan dan kecakapan dalam melaksanakan operasional pekerjaan.
- c. Mengembangkan sistem kerja yang baik secara prosedur dalam perekrutan dan seleksi calon karyawan.

- d. Memiliki komitmen tinggi akan karyawan dan menjadikan karyawan sebagai stakeholder dalam organisasi yang bernilai dan berperan dalam pengembangan iklim kerjasama membentuk kepercayaan bersama.
- e. Menciptakan lingkungan yang harmonis dan produktif baik antar tim maupun antara manajemen dan karyawan.
- f. Menyeimbangkan dan menyelaraskan keperluan masing-masing stakeholder.
- g. Menghargai elemen sumber daya manusia berdasarkan prestasi yang telah dicapai
- h. Meningkatkan kesejahteraan para karyawan baik secara fisik maupun mental.
- i. Menciptakan iklim yang harmonis dan produktif yang terbentuk antara manajemen dan karyawan.
- j. Menyediakan kesempatan yang merata bagi seluruh elemen sumber daya manusia.
- k. Melakukan pendekatan yang humanis dalam proses pengelolaan karyawan yang berlandaskan keadilan, perhatian, dan transparansi.
- l. Mengelola tenaga kerja dan mempertimbangkan perbedaan kebutuhan dan keinginan individu dan kelompok yang difasilitasi dalam penyampaian aspirasi.

Selanjutnya pelaksanaan pembinaan UMKM pada aspek manajemen sumber daya manusia (MSDM), dimana pada aspek ini kami melakukan pembinaan tentang bagaimana cara meningkatkan kinerja karyawan atau pengerajin agar lebih baik di dalam sebuah usaha. Di dalam pembinaan ini kami menjelaskan kepada *owner* UMKM cara meningkatkan kinerja karyawan agar bisa menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya. Berikut 5 cara untuk meningkatkan kinerja karyawan dengan baik didalam sebuah usaha :

### **1. Memiliki Standard Operating Prosedur (SOP)**

*Standard Operating Procedure* atau SOP sebenarnya sangat dibutuhkan dalam bisnis UKM untuk sebuah pembiasaan. Layaknya perusahaan waralaba, bisnis UKM pun harus mampu menciptakan standarisasi kerja. Tujuannya untuk menjaga kualitas produk tetap baik dan membiasakan karyawan memiliki sebuah panduan sistem kerja yang terarah sehingga lebih mudah bagi pihak perusahaan untuk melakukan kontrol. SOP adalah salah satu alat manajemen usaha untuk meningkatkan kinerja karyawan menjadi lebih baik.

### **2. Sistem Penilaian Kinerja yang Transparan**

Tentang kinerja yang menurun, rata-rata karyawan akan mengeluhkan sistem penilaian kinerja yang tidak transparan. Orang yang kerjanya kurang baik malah diberikan kenaikan gaji yang tinggi, sementara yang bekerja baik kenaikan gajinya sangat minim. Seolah ada suka dan tidak suka di dalam penilaian kinerja. Jadi, buatlah sistem penilaian kinerja yang transparan dan akuntabel.

### **3. Penuhi Hak Karyawan**

Hak-hak karyawan yang dimaksud meliputi gaji dan kenaikannya tiap tahun, tunjangan hari raya, tunjangan kesehatan, komunikasi, dan lain-lain sesuai kesepakatan dalam kontrak kerja

### **4. Reward dan Punishment**

Reward dan punishment efektif untuk mempertahankan karyawan berkualitas. Jika seorang karyawan kinerjanya unggul atau menghasilkan profit besar bagi perusahaan, tidak ada salahnya diberi penghargaan. Penghargaan bisa berupa bonus berupa uang, barang-barang, jalan-jalan baik ke luar negeri ataupun dalam negeri.

## 5. Training dan Pelatihan

Skill karyawan perlu ditambah seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Maka mengadakan training dan pelatihan perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Misalnya, programmer dalam perusahaan anda diikutkan dalam training, pelatihan, atau seminar pemrograman. Training dan pelatihan ini diharapkan dapat menyegarkan dan menambah cakrawala berpikir para karyawan.

Terakhir pembinaan UMKM pada aspek manajemen sumber daya manusia (MSDM). Pada aspek ini kami melakukan pembinaan tentang bagaimana cara membuat jadwal kerja secara pasti pada industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Jinengdalem. Di dalam pembinaan ini kami akan membuat jadwal kerja yang pasti untuk UMKM pada *Weaving Center* Songket Sutra Poni's ini. Sebelumnya UMKM ini belum mempunyai sistem kerja atau jadwal kerja yang pasti. Pembinaan selanjutnya dilaksanakan pembinaan UMKM pada Aspek Pemasaran. Pada pembinaan ini kami memperkenalkan kepada pemilik UMKM tentang *Internet Marketing*, manfaat *internet marketing* dalam berbisnis dan kami membantu pemilik UMKM untuk membuat akun instagram serta mengajarkan memasarkan produknya di instagram. Menurut Urban (2004:2) *Internet Marketing* menggunakan fasilitas internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. *Internet Marketing* adalah istilah untuk pemasaran produk maupun jasa secara *online* melalui internet. *Internet Marketing* tidak hanya soal penjualan, tapi juga soal promosi, *branding*, dan membangun hubungan dengan konsumen yang dilakukan secara *online*.

Penggunaan internet sudah menjadi bagian dalam gaya hidup masyarakat modern, terutama bagi mereka yang sudah akrab dengan teknologi *smartphone*, tablet, komputer, dan laptop. Jika media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan baliho hanya mampu menarik konsumen lokal, sedangkan media internet mampu menarik konsumen global dari berbagai negara. Berikut ini adalah 10 manfaat bisnis yang bisa anda dapatkan dengan menggunakan *Internet Marketing* menurut *entrepreneurcamp.id*.

### 1. Lebih Mudah

Melakukan kegiatan pemasaran melalui internet bisa dikatakan jauh lebih mudah dibandingkan pemasaran melalui media cetak dan elektronik. Anda bisa melakukannya dan mengontrolnya kapan saja dan di mana saja. Tidak ada batasan ruang dan waktu.

### 2. Menghemat Biaya

Dengan bermodal alamat *e-mail*, jaringan internet dan computer, anda bisa mulai melakukan pemasaran internet untuk menyebarkan informasi tentang bisnis anda. Anda juga dapat membuat akun jejaring sosial dan blog secara gratis untuk memasarkan bisnis anda. Biaya pemasangan iklan *online* berbayar juga cenderung lebih murah dan bisa disesuaikan dengan *budget*.

**3. Banyak Pilihan Dalam Pemasaran**

Terdapat banyak pilihan dalam pemasaran online sehingga bisa membuat anda lebih kreatif. Anda bisa menggunakan audio, gambar, video dan tulisan. Anda bisa menerapkan *strategi social media marketing, Search Engine Optimization (SEO) marketing, e-mail marketing, afiliasi marketing* dan lain-lain.

**4. Lebih Tepat Sasaran**

Pada saat pemasangan iklan, Anda bisa menargetkan konsumen potensial berdasarkan demografis tertentu. Seperti halnya jenis kelamin, rentang usia, lokasi, tingkat pendidikan, bidang pekerjaan, serta minat dan perilaku konsumen. Anda bisa menjangkau target pasar yang lebih luas, tapi tepat sasaran.

**5. Melihat Hasil Secara *Real-Time***

Anda dapat memantau iklan Anda kapan saja dan di mana saja untuk menelusuri kinerjanya. Anda dapat melihat hasilnya secara *real-time* dengan menggunakan analisis *online* untuk mengetahui apakah kampanye *internet marketing* Anda telah berhasil atau tidak.

**6. Bisa Segera Melakukan Perubahan**

Saat Anda memasang iklan di internet, Anda dapat melakukan perubahan secara cepat jika terjadi kesalahan dan iklan Anda tidak bekerja dengan baik. Anda bisa segera mengubah kata-kata promosi dan tampilan grafisnya, lalu memasang ulang iklan *online* Anda. Hal ini tidak bisa dilakukan jika Anda memasang iklan di media massa.

**7. Penjualan Terjadi dengan Cepat**

Saat Anda memasarkan produk Anda di internet, Anda dapat menghasilkan penjualan dalam waktu yang singkat. Penjualan terjadi seketika hanya dengan beberapa kali klik saja. Prosesnya tidak memakan waktu lama karena transaksi terjadi secara *online* dan mudah dilakukan.

**8. Meningkatkan Keuntungan**

Jumlah pengguna internet begitu banyak dan tersebar luas. Bisa dikatakan Anda bisa menjangkau konsumen tidak terbatas sehingga bagi Anda yang ingin memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan semaksimal mungkin, Anda bisa memanfaatkan *internet marketing* mulai dari sekarang.

**9. Memudahkan Pengelolaan**

Bagi Anda yang menjalankan bisnis *online, internet marketing* memudahkan Anda dalam pengelolaan bisnis. Jika Anda menggunakan *website*, Anda bisa menampilkan produk Anda secara *online*, mengecek stok barang, dan menjualnya berdasarkan pesanan. Anda juga tidak butuh banyak karyawan, bahkan Anda bisa mengelolanya sendiri.

**10. Membantu Riset Pasar**

Teknologi sudah semakin canggih. Anda bisa melacak jumlah pengunjung dan asal pengunjung *website* Anda, mengetahui sumber lalu lintas *website* Anda, mengetahui kata kunci yang banyak dicari, dan lain-lain. Data tersebut akan membantu Anda untuk melakukan riset pasar dan merencanakan strategi pemasaran yang tepat.

Selama pelaksanaan pembinaan UMKM di Industri Weaving Center Songket Sutra Poni's di Desa Jinengdalem pemilik usaha sangat antusias selama dalam pembinaan ini. Berikut luaran yang dicapai dalam kegiatan pembinaan UMKM:

Tabel 1. Luaran Kegiatan

No	Aspek Kegiatan	Kondisi Awal	Capaian
1	Pembinaan tentang sumber daya manusia mengenai cara meningkatkan kinerja karyawan atau pengerajin agar lebih baik disebuah usaha serta pembinaan cara membuat jadwal kerja secara pasti pada industri <i>Weaving Center</i> Songket Sutra Poni's Desa Jinengdalem	Belum memahami mengenai sumber daya manusia, cara meningkatkan kinerja karyawan agar bisa lebih baik didalam sebuah usaha serta belum memiliki jadwal kerja yang pasti pada industri <i>Weaving Center</i> Songket Sutra Poni's Desa Jinengdalem	Sudah memahami sumber daya manusia, adanya pemahaman dalam cara meningkatkan kinerja karyawan lebih baik di sebuah usaha serta keterampilan dalam menyusun jadwal kerja secara pasti dan teratur pada industri <i>Weaving Center</i> Songket Sutra Poni's Desa Jinengdalem
2	Pembinaan <i>Internet Marketing</i>	Kegiatan pemasaran hanya di sekitar Desa Jinengdalem dan di pasar-pasar	Adanya peningkatan keterampilan dalam memasarkan produk usaha melalui media sosial
3	Pembinaan mengenai cara mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan	Belum mengetahui cara mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan	Adanya peningkatan dalam cara mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan di media sosial

Sumber : Observasi (2021)

Pada pelaksanaan pembinaan, hasil yang di dapatkan yaitu pemilik atau *owner* UMKM *Weaving Center* Songket Sutra Poni's yang berlokasi di Desa Jinengdalem, saat ini sudah memahami tentang sumber daya manusia, pemilik usaha sudah bisa memahami cara meningkatkan kinerja karyawan di dalam usahanya serta pemilik juga sudah bisa menyusun jadwal kerja yang pasti dan teratur untuk industri *Weaving Center* Songket Sutra Poni's Desa Jinengdalem. Dalam aspek pemasaran, pemilik usaha sudah mampu dalam mempromosikan barang dagangannya ke media sosial dan pemilik usaha sudah mampu mendapatkan pelanggan di media sosial serta mempertahankan pelangganya.

#### 4. Simpulan

Kegiatan pembinaan UMKM yang berlokasi di Desa Jinengdalem Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng tepatnya di *Weaving Center* Songket Sutra Poni's yaitu UMKM kerajinan tenun songket. Kegiatan ini mampu memberikan tambahan wawasan bagi pemilik usaha tersebut dalam mengembangkan usahanya melalui *internet marketing* dan bisa menambah pengetahuan di dalam bidang sumber daya manusia (SDM).

Dari kegiatan pembinaan yang dilakukan diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pemilik industry pada khususnya serta masyarakat pada umumnya

untuk terus semangat mengembangkan kerajinan tangan tenun songket sutra untuk tetap menjamin keberadaannya.

## 5. Ucapan Terimakasih

kami mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat sehingga kegiatan pembinaan ini dapat dilaksanakan dan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Peran dari seluruh pihak yang terlibat sangat mempengaruhi terlaksananya kegiatan ini, sehingga nantinya diharapkan terdapat manfaat yang bisa dirasakan demi pengembangan UMKM.

## 6. Daftar Pustaka

- Bandem, Made. (2000). *Pengertian Seni Kriya*. (online). <http://yogaparta.wordpress.com>. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2020.
- <https://sleekr.co/blog/6-tips-meningkatkan-kinerja-karyawan/> diakses pada tanggal 18 Agustus 2020
- <https://entrepreneurcamp.id/internet-marketing/>
- Kotler dan Amstrong (1996:274). Pengertian produk diakses dari <http://mulyajho.blogspot.com/2014/05/pengertian-produk-definisi-kualitas.html>, tanggal 13 Agustus 2020
- Pemerintah Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Bab 1 Pasal 1, Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia. Departemen Arsip Negara Republik Indonesia. Jakarta.
- Suprpto. 1985. *Teknologi Tekstil*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- STIE Satya Dharma Singaraja. 2020. *Pedoman Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan Mahasiswa*. <http://www.stie-satyadharm.ac.id>.
- Tungga Wika Atmaja, 2013. Diakses dari <http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPS/article/view/1007/874>.