

---

## PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PRODUK TENUN KAIN GOYOR SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA SAMBIREJO KECAMATAN PLUPUH

Aris Tri Haryanto<sup>1</sup>, Septiana Novita Dewi<sup>2</sup>, Ernes Cahyo Nugroho<sup>3</sup>, Hartini<sup>4</sup>, Anggoro Panji Nugroho<sup>5</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>1,2,5</sup>, Fakultas Ilmu Komputer<sup>3,4</sup>

Universitas Dharma AUB Surakarta

[aris.haryanto@undha-aub.ac.id](mailto:aris.haryanto@undha-aub.ac.id)<sup>1</sup>

---

### ARTIKEL INFO

*Keywords: Digital Marketing, Tenun Kain Goyor, Ekonomi Masyarakat, Desa Sambirejo*

*Received : 06, June*

*Revised : 18, July*

*Accepted: 21, July*

©2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

*Desa Sambirejo, Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen, telah lama dikenal sebagai salah satu pusat pengrajin tenun kain goyor yang memiliki ciri khas unik, baik dari segi motif, warna, maupun teknik pembuatannya. Namun, di tengah perkembangan zaman dan perubahan perilaku konsumen, penjualan kain goyor menghadapi tantangan besar. Produk yang dihasilkan oleh para pengrajin selama ini lebih banyak dipasarkan secara konvensional melalui pameran, toko kecil, atau penjualan langsung di rumah produksi. Metode pemasaran ini memiliki jangkauan terbatas dan bergantung pada kehadiran pembeli secara fisik. Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi—terutama internet dan media sosial—telah membuka peluang baru dalam pemasaran produk. Berangkat dari kondisi tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat merasa perlu memberikan pelatihan dan pendampingan terkait digital marketing, yang mencakup strategi promosi di media sosial, pemanfaatan marketplace, teknik fotografi produk, dan pengelolaan konten digital. Harapannya, kegiatan ini dapat menjadi pintu gerbang bagi pengrajin untuk mengembangkan pemasaran yang lebih luas, meningkatkan omzet penjualan, dan pada akhirnya memperkuat perekonomian masyarakat desa. Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini masyarakat menjadi lebih paham pentingnya digital marketing dalam proses bisnis, dan dapat praktek untuk menggunakan media sosial dalam proses bisnis yang dilakukan.*

---

### A. PENDAHULUAN

Desa Sambirejo, Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen, telah lama dikenal sebagai salah satu pusat pengrajin tenun kain goyor yang memiliki ciri khas unik, baik dari segi motif, warna, maupun teknik pembuatannya. Kain goyor tidak hanya bernilai sebagai bahan pakaian, tetapi juga merepresentasikan kekayaan budaya dan tradisi masyarakat setempat. Namun, di tengah perkembangan zaman dan perubahan perilaku konsumen, penjualan kain goyor menghadapi tantangan besar. Produk yang dihasilkan oleh para pengrajin selama ini lebih banyak dipasarkan secara konvensional melalui pameran, toko kecil, atau penjualan langsung di rumah produksi. Metode pemasaran ini memiliki jangkauan terbatas dan bergantung pada kehadiran pembeli secara fisik. Kain goyor dulunya sempat dijadikan sebagai seragam Pegawai Negeri Sipil Khususnya di Kabupaten Sragen, akan tetapi berjalannya waktu ketentuan tersebut sudah tidak berlaku lagi.

Dengan adanya fenomena tersebut, membuat tantangan tersendiri bagi pelaku usaha kain goyor dalam menjual produknya.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi—terutama internet dan media sosial—telah membuka peluang baru dalam pemasaran produk. Digital marketing memungkinkan produk lokal seperti kain goyor menjangkau konsumen dari berbagai daerah bahkan mancanegara tanpa harus bertemu secara langsung. Sayangnya, sebagian besar pengrajin di Desa Sambirejo belum memiliki keterampilan dan pengetahuan memadai dalam memanfaatkan teknologi ini. Harapan dilakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat memberikan gambaran tentang pentingnya memahami digital marketing dalam memasarkan produk kain goyor. Hal ini diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan dapat mengenalkan potensi kerajinan daerah agar bisa diterima di masyarakat luas. Hasil penelitian menjelaskan bahwa adanya peningkatan *digital marketing* dapat berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di era *e-commers* (Zed.,E.Y, dkk (2025)

Berangkat dari kondisi tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat merasa perlu memberikan pelatihan dan pendampingan terkait digital marketing, yang mencakup strategi promosi di media sosial, pemanfaatan marketplace, teknik fotografi produk, dan pengelolaan konten digital. Harapannya, kegiatan ini dapat menjadi pintu gerbang bagi pengrajin untuk mengembangkan pemasaran yang lebih luas, meningkatkan omzet penjualan, dan pada akhirnya memperkuat perekonomian masyarakat desa.

### **1. Tujuan Kegiatan**

Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan pemahaman kepada masyarakat Desa Sambirejo, khususnya pengrajin kain goyor, mengenai pentingnya digital marketing dalam memasarkan produk.
- b. Membekali peserta dengan keterampilan praktis membuat akun, mengunggah, dan mengelola toko online di marketplace (Shopee, Tokopedia, dan sejenisnya).
- c. Mengajarkan teknik pembuatan konten promosi yang menarik melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok.
- d. Membantu peserta memahami dasar-dasar branding dan storytelling untuk meningkatkan daya tarik produk.
- e. Mendorong peningkatan volume penjualan dan pendapatan pengrajin kain goyor melalui penjualan online

### **2. Manfaat Kegiatan**

Manfaat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Masyarakat/Pengrajin  
Meningkatkan keterampilan pemasaran, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan pendapatan.
- b. Bagi Tim Pengabdian

---

Mengaplikasikan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki dalam memberikan solusi terhadap permasalahan nyata di masyarakat.

- c. Bagi Institusi Perguruan Tinggi
- d. Mengimplementasikan salah satu unsur tridharma perguruan tinggi, yakni pengabdian kepada masyarakat, dan memperkuat hubungan dengan mitra desa.

## **B. METODE PENGABDIAN**

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal hari Kamis 04 September 2025 pukul 13.00 bertempat di Balai Desa Sambirejo, Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen. Pemilihan lokasi di balai desa bertujuan agar kegiatan dapat diakses oleh seluruh peserta dengan mudah, sekaligus menyediakan ruang yang memadai untuk pelatihan praktik. Peserta kegiatan terdiri dari 22 orang yang merupakan pengrajin tenun kain goyor, pelaku UMKM desa, serta anggota keluarga pengrajin yang berperan dalam pemasaran produk.

Tahap kegiatan ini meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pendampingan

### **1. Tahap Persiapan**

- o Melakukan survei awal untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi pengrajin dalam memasarkan produk.
- o Menyusun modul pelatihan yang berisi materi digital marketing, panduan pembuatan akun marketplace, teknik fotografi produk, dan tips promosi di media sosial.
- o Menyiapkan peralatan pendukung, seperti proyektor, laptop, kamera, dan koneksi internet.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

- a. Sesi 1: Sosialisasi Digital Marketing  
Menjelaskan konsep dasar digital marketing, peluang, dan tantangan yang ada di era digital.
- b. Sesi 2: Praktik Pembuatan Akun Marketplace  
Peserta dibimbing membuat akun di marketplace populer, mengunggah foto produk, menulis deskripsi, dan mengatur harga.
- c. Sesi 3: Media Sosial untuk Promosi  
Pelatihan mengelola akun Instagram, Facebook, dan TikTok untuk membangun brand.
- d. Sesi 4: Teknik Foto Produk dan Penulisan Konten  
Peserta belajar memotret produk menggunakan smartphone, memilih pencahayaan yang tepat, dan menulis deskripsi yang menarik.

### **3. Tahap Pendampingan**

Tim melakukan pendampingan selama satu bulan setelah pelatihan untuk memantau penerapan keterampilan. Membantu peserta yang mengalami kesulitan teknis dalam mengelola akun online dan memberikan masukan terhadap strategi promosi yang dilakukan peserta.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, diperoleh hasil sebagai berikut:



#### 1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memahami secara mendalam tentang digital marketing. Setelah pelatihan (*post-test*), terjadi peningkatan skor pemahaman rata-rata sebesar 75%. Peserta mulai memahami konsep pemasaran online, strategi promosi, hingga pentingnya membangun brand di dunia digital.

#### 2. Penerapan di Lapangan

- Sebanyak 22 peserta berhasil membuat dan mengaktifkan akun marketplace, mengunggah minimal 3 produk.
- Sebanyak 15 peserta aktif memposting produk di media sosial secara rutin, dengan variasi konten berupa foto, video pendek, dan cerita di balik proses pembuatan kain goyor.
- Beberapa peserta sudah menerapkan teknik foto produk dan penulisan deskripsi yang lebih menarik, sehingga produk tampak profesional.

#### 3. Dampak Awal

- Dalam dua minggu pertama setelah pelatihan, beberapa peserta menerima pesanan dari luar daerah seperti Solo, Yogyakarta, dan Jakarta.
- Produk kain goyor mulai dilirik pembeli yang sebelumnya tidak mengenal produk ini.
- Terdapat peningkatan kepercayaan diri peserta dalam mempromosikan produk secara online.

#### 4. Urgensi Media Sosial di Era Digital

Pada era digital seperti sekarang, media sosial tidak lagi sekadar sarana berbagi informasi pribadi, tetapi telah menjadi alat pemasaran yang efektif, murah, dan menjangkau pasar yang sangat luas. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan pelaku usaha memamerkan produknya dalam bentuk visual yang menarik, menjalin komunikasi langsung dengan calon pembeli, dan membangun citra merek yang kuat.

Dalam kegiatan ini, peserta merasakan langsung manfaat media sosial sebagai saluran promosi. Setelah mengunggah foto produk dengan caption menarik, beberapa peserta mendapatkan interaksi berupa komentar, pesan pribadi, bahkan pesanan dari pembeli baru. Media sosial juga memungkinkan terjadinya word of mouth digital, di mana satu unggahan dapat dibagikan dan dilihat oleh ribuan orang tanpa biaya besar.

Hasil pendampingan membuktikan bahwa konsistensi dalam memposting konten dan menjaga interaksi dengan audiens menjadi kunci keberhasilan pemasaran online. Dengan strategi yang tepat, media sosial tidak hanya membantu meningkatkan penjualan, tetapi juga memperluas jaringan dan membangun komunitas pelanggan setia.

#### **D. SIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam hal ini pengrajin kain goyor di di Balai Desa Sambirejo, Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen, sehingga mampu memanfaatkan *digital marketing*. Pengrajin kain goyor kini memiliki bekal untuk memasarkan produk ke pasar yang lebih luas, sehingga peluang peningkatan pendapatan terbuka lebar serta potensi pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien.

#### **E. SARAN**

Saran yang dapat diberikan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan pelatihan lanjutan yang fokus pada strategi penjualan dan analisis pasar online.
2. Pemerintah desa diharapkan mendukung infrastruktur internet yang memadai.
3. Kolaborasi dengan pihak swasta atau influencer lokal dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sragen. (2024). Statistik Daerah Kabupaten Sragen 2024. Sragen: BPS.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.

Etty Zuliawati Zed, Selvi Indriani, Sefi Fefiana Wati. Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis Volume 4, Nomor 1, Tahun 2025* e-ISSN: 2963-7643; p-ISSN: 2963-8194, Hal. 171-180 DOI: <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4740>

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). Laporan Perkembangan Ekspor Tekstil Indonesia. Jakarta: Kemendag.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page Publishers.