

Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Omset Penjualan Sarung Tenun Sutra Hitam Desa Tanah Towa

Nurfaidah^{*1}, Andi Syarifuddin², Bunyamin³, Andi Hadidu⁴

^{1,2} STIE – YPUP Makassar ; Jl.A.Tonro.No.17 Makassar, (0411) 854974/ (0411)830520 Makassar

³Program Studi Manajemen , STIE – YPUP Makassar ,Indonesia

Article Info

Article history:

Received Oct 3, 2023

Revised May 29, 2024

Accepted Juni 29, 2024

Kata Kunci :

Digital Marketing

Sarung Tenun Sutra Hitam

Desa Tanah Towa

ABSTRACT

Abtrak Digital marketing merupakan sistem penjualan yang memanfaatkan media online untuk mengembangkan bisnis. *Digital marketing* menjadi media promosi dan transaksi yang banyak digunakan saat ini, karena dapat memberi keuntungan bagi pembeli dan penjual. *Digital marketing* dapat berupa aplikasi bisnis dengan platform seperti Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp, Email , Twitter, Skype dan Line. Peluang ini dapat digunakan untuk pengembangan bisnis penjualan Sarung tenun Sutra Hitam di desa Tana Towa. Penjualan berbasis online dapat memutuskan mata rantai penjualan, sehingga harga suatu barang dapat dibeli dengan lebih murah. Selain itu biaya membangun digital marketing yang murah, jangkauan promosi yang lebih luas menjadi kelebihan. Pelaksanaan PKM ini bertujuan memberikan pelatihan tentang digital marketing bagi pengerajin Sarung tenun sutra hitam di desa Tanah Towa . Hasil dari penilaian *pretest* dan *posttest* menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan tentang digital marketing bagi peserta pelatihan. Tim PKM juga membimbing pengerajin Sarung tenun sutra hitam untuk membuat aplikasi Facebook Line dan Intagram. Pelatihan membangun digital marketing ini dapat membantu menyelesaikan permasalahan masyarakat di desa Tanah Towa yang berupaya melestarikan budaya dengan mempertahankan usaha sarung tenun sutra hitam menjadi kebanggaan tana toa suku kajang konjo.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Nurfaidah*

Ex. Program Studi Manajemen , STIE – YPUP Makassar , Indonesia

Jalan Andi Tonro No.17 Makassar 90322, Kota Makassar Indonesia

Email: nurfaidahypup67@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Desa Tanah Towa terletak di daerah tana towa kecamatan kajang kabupaten Bulukumba . Secara geografis, desa Tanah Towa dikelilingi oleh hamparan rawa yang kaya akan flora fauna. Desa Tanah Towa telah dinobatkan sebagai desa wisata setelah berhasil meraih juara 1 katagori ekowisata terpopuler di ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) Award 2022. Potensi wisata lain yang dimiliki oleh desa Tanah Towa adalah wisata kuliner seperti aneka Kue Putih Timba-Timba , aneka dumpi Eja Uhu-Uhu, Cucur Gula Merah, Jagung Marning [1],[2] dan wisata kerajinan Sarung tenun Sutra Hitam. Keberhasilan ini berkat kerjasama antara masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Bulukumba Keterampilan menenun menjadi tradisi turun-temurun yang wajib dikuasai oleh perempuan Kajang sebelum menikah karna mengandung pilosofi melati kesabaran, keuletan dan kemandirian. Sampai saat ini, mereka masih menggunakan adat tenun tradisional yang di wariskan secara turun temurun yang disebut “Pattannungan”. Sarung khas Adat Ammatoa merupakan

kerajinan warga Ammatoa yang paling dikenal publik. Sarung ini merupakan hasil tenunan tradisional sebagai bagian penting dari pakaian adat, sarung adat (hasil tenunan) terus dibutuhkan oleh warga Adat Ammatoa bahkan diminati oleh Ekowisatawan. Saat ini, kegiatan menenun dikembangkan menjadi industri rumah tangga untuk menambah pendapatan keluarga. Perempuan Adat Kajang menenun Sarung Tenun Sutra Hitam atau *tope le'leng* yang saat ini sudah dikembangkan menjadi berbagai produk seperti Sarung (*Tope Le'leng*), *Passapu* (Pengikat Kepala Untuk Laki-laki), *Shal*, *Tas*, *Dompot* dan berbagai macam produk lainnya [3]. mempromosikan dan mengimplementasikan unsur-unsur saptapesona pada kegiatan kepariwisataan [4],[5].

Desa tanah towa terletak di kecamatan kajang kabupaten bulukumba Sulawesi selatan. Jarak tempuh dari kota Bulukumba sekitar 40 km, Desa Tanah Towa terbagi Sembilan dusun dan dihuni Oleh Suku Kajang. Di Desa Tanah Towa terdapat wisata Budaya Kampung Adat Ammatoa Kajang. adapun hal yang menarik dan unik dari Suku Kajang adalah hutan yang masih alami, sederhana, alam yang masih asri dan hutan masih terjaga, serta pakaian yang serba hitam dan tanpa menggunakan alas kaki. Hitam merupakan sebuah warna Adat yang kental akan kesakralannya, warna Hitam mempunyai makna bagi Suku Kajang Ammatoa sebagai bentuk persamaan dalam segala hal termasuk kesamaan dalam kesederhanaan. Warna hitam menunjukkan kekuatan dan kesamaan derajat bagi setiap orang didepan sang pencipta. Kesamaan dalam bentuk wujud lahir, menyikapi keadaan lingkungan, utamanya kelestarian hutan yang harus dijaga keasliannya sebagai sumber kehidupan.



Gambar 1. Desa Tana Towa Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba

Desa Tanah Towa juga terkenal dengan hasil kerajinan tenun yaitu Sarung Tenun sutra hitam . Dahulu Sarung tenun sutra hitam hanya dipakai oleh bangsawan dan digunakan hanya untuk acara kebesaran. Namun saat ini, kain sutra hitam bisa dimiliki oleh masyarakat umum. Simbol kemewahan pada sarung tenun sutra hitam masih terlihat dari benang yang digunakan yaitu berwarna hitam. Harga sarung tenun sutra hitam yang menggunakan benang pulih yang di rendam lalu di jemur hingga kering [2]. Perbedaan harga ini memberikan corak dan model model baru dengan harga cukup terjangkau bagi pengunjung / masyarakat. Pemasaran sarung tenun sutra hitam menggunakan system jual ke toko sutra di pasar 16 Makassar Waktu paling cepat untuk pengerjaan Sarung Tenun berukuran 2 x 1 adalah 2 (dua) minggu. Modal yang diperlukan untuk satu Sarung Tenun Sutra Hitam adalah ± 400 ribu. Harga jual ke pedagang pasar 16 adalah 800 ribu. Dalam 1 (satu) bulan, pengerajin maksimal menghasilkan 2 (dua) sarung tenun sutra hitam, sehingga pendapatan kotor yang diperoleh sebesar 1.6 juta / bulan. Pedagang pasar 16 menjual sarung tenun sutra hitam dengan harga 1,5 jt – 2 jt [6]. Selisih harga jual beli dapat mencapai 500 ribu sampai 700 ribu untuk jenis sutra hitam biasa, untuk sarung tenun sutra hitam kelas super bisa mencapai 1 juta sampai 1.5 juta. Selain itu, penjualan sarung tenun sutra hitam dapat juga langsung dibeli oleh pengunjung saat melakukan wisata ke desa Tanah Towa . Namun tidak banyak, karena harga Sarung tenun sutra hitam cukup mahal untuk dijadikan oleh-oleh. kebanyakan pengunjung hanya datang dan melihat-lihat proses pembuatan sarung tenun sutra hitam . Kondisi seperti ini mempersulit pengerajin untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar, sehingga minat generasi muda untuk menekuni usaha ini semakin lama semakin sedikit. Gambar 3 menampilkan aktivitas pengrajin sarung tenun sutra hitam desa Tanah Towa.



Gambar 2. Pengerajin sarung tenun sutra hitam dari Desa Tanah Towa

Sarung tenun sutra hitam Desa Tanah Towa memiliki kualitas yang baik, terdiri dari bermacam-macam warna dan motif serta dapat di custom. Namun sayangnya, Sarung tenun sutra hitam ini belum memiliki nama dan logo. Fungsi nama dan logo sangat penting untuk menyampaikan identitas merek ke masyarakat. Pada kegiatan PKM ini, akan dibuatkan nama dan logo agar masyarakat mudah mengingat dan mengenali hasil dari pengrajin desa Tanah Towa. Pandemi covid-19 memberikan dampak signifikan bagi usaha rumahan (home industry). Semua usaha rumahan mengalami penurunan omset penjualan yang sangat dratis. Social distancing menjadi permasalahan utama bagi usaha rumahan yang harus berhadapan langsung dengan pembeli. Solusi yang paling tepat pada waktu itu adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi. Penjualan yang semua dilakukan secara face to face kini dilakukan secara online. Teknik penjualan secara online dikenal dengan nama digital marketing. Digital marketing merupakan kegiatan yang mempromosikan brand atau menjual produk yang dilakukan secara online.

Meskipun pandemi covid-19 sudah berlalu, teknik penjualan melalui digital marketing telah menjadi trend penjualan yang digunakan saat ini. Kelebihan menggunakan digital marketing memberikan keuntungan dari sisi promosi, modal, waktu dan kemudahan belanja. Sehingga hampir seluruh perusahaan bisnis saat ini memiliki digital marketing atau ecommerce. Pemasaran secara digital bersifat interaktif antara penjual, perantara dan pembeli. Digital marketing memberikan keuntungan bagi berbagai pihak. Bagi pembeli, informasi detail dan harga barang mudah diperoleh, sehingga pembeli dapat membandingkan barang yang sama di beberapa toko online sebelum menentukan pilihan. Bagi penjual, digital marketing menjadi media yang sangat efektif dalam mempromosikan barang. Harga barang menjadi lebih murah karena dapat memotong rantai penjualan [7],[8].

Berdasarkan laporan datareportal.com, pada bulan Januari 2022 pengguna internet di Indonesia 204,7 juta dengan pengguna social media sebanyak 191,4 juta pengguna. Tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Analisis Kepios menjelaskan tentang pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 2,1 juta (+1,0 persen) antara tahun 2021 dan 2022 [9]. Hal ini menunjukkan besarnya peluang market didunia maya menjadi alasan untuk mengembangkan bisnis secara online. Hal ini memberikan dampak positif bagi para usaha kain tenun songket desa Burai. Permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan membangun digital marketing. Keterbatasan pengetahuan tentang bagaimana cara membuat digital marketing yang menguntungkan dengan memanfaatkan media social perlu dipelajari. Oleh karena itu, pelaksanaan PKM ini bertujuan untuk membantu meningkatkan hard skill dan soft skill tentang penguasaan teori digital marketing untuk memasarkan sarung tenun sutra hitam secara online yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan penawaran harga yang lebih terjangkau (murah). Manfaat dari kegiatan ini diharapkan digital marketing ini dapat diimplementasikan dan diterapkan oleh pengerajin kain songket sehingga berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat desa Tanah Towa.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi pengerajin Sarung Tenun Sutra Hitam dilaksanakan di balai kepala desa Tana Towa Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba . Lokasi mitra terletak ± 150 KM dari kota Makassar (3 jam perjalanan). Metode pelaksanaan yang diterapkan pada kegiatan PKM ini adalah observasi, analisa kegiatan penjualan sarung tenun sutra hitam dan pelatihan. Tahapan pelaksanaan pada kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:1) Persiapan, yang dilakukan adalah) Analisa kebutuhan Pelatihan

Analisa kebutuhan dilakukan untuk menentukan hal yang paling mendesak dikembangkan dari berbagai potensi usaha di Desa Tanah Towa. memiliki beberapa potensi usaha, namun yang perlu dibantu untuk pengembangannya adalah usaha sarung tenun sutra hitam. Analisa kebutuhan memetakan berapa jumlah pengerajin sarung tenun sutra hitam, bagaimana perkembangan usahanya sampai saat ini, dan kendala yang dihadapi. b) Observasi tempat pelaksanaan kegiatan PKM Pelaksanaan kegiatan PKM ini terlaksana berkat dukungan dari kepala desa Tanah Towa yaitu Bapak Zulkarnaim, SP.d. Tim PKM meminta izin untuk melaksanakan kegiatan PKM dengan tujuan untuk membantu masyarakat mengatasi permasalahan yang terjadi saat itu. Kepala desa Tanah Towa sangat mendukung kegiatan ini. Sarana dan prasarana disediakan sebagai bentuk partisipasi yang diberikan kepada Tim PKM. Gambar 3. Menampilkan kegiatan kunjungan yang dilakukan oleh Tim PKM menemui Kepala Desa Tanah Towa.



Gambar 3. Kunjungan Tim PKM ke Kepala desa Tanah Towa (Bapak Zulkarnaim, SP.d)

- 2) Pelaksanaan Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan tahap pengenalan tentang Digital Marketing, membuat gambar dan konten yang menarik, dan pembuatan digital marketing menggunakan Facebook ads dan Instagram. Edukasi ini diberikan tidak hanya bagi pengerajin sarung tenun sutra hitam, namun melibatkan generasi muda yang lebih cepat dalam menerima teknologi baru, sehingga diharapkan dapat membantu para pengerajin songket jika mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Pelatihan diberikan oleh tim PKM secara bergantian. Tim PKM terdiri dari 4 (empat) orang yang memiliki bidang keahlian yang berbeda agar dapat memberikan materi yang sesuai dengan bidang keahliannya
- 3) Monitoring dan evaluasi Kegiatan monitoring dilakukan setelah kegiatan pelatihan. Tim PKM terus mendampingi sampai aplikasi facebook, Skype, Line, Email atau intagram yang dibangun menerima order dari pembeli. Evaluasi juga dilakukan dari sebelum (Pre-test) dan sesudah pelatihan (Post-tes) [7]. Hal ini bertujuan untuk mengukur pengetahuan dan kemampuan peserta pelatihan terhadap materi yang diberikan. Selain itu evaluasi juga dilakukan setelah 6 (enam) bulan pelatihan. Hal ini bertujuan untuk mengukur konsistensi penggunaan aplikasi dan tingkat keberhasilan penggunaan aplikasi tersebut.
- 4) Pelaporan Kegiatan ini merupakan kegiatan pemberitahuan Tim PKM kepada STIE – YPUP Makassar dan Kades desa Tanah Towa. Laporan ini menjelaskan dengan detail kegiatan PKM dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan pelaksanaan kegiatan PKM

Tahap persiapan merupakan tahap menyampaikan agenda kegiatan PKM kepada pejabat yang **berwenang. Pelaksanaan kegiatan PKM diawali dengan menyusun tugas dan tanggung jawab kepada seluruh** tim PKM. Kegiatan ini melibatkan 4 (empat) orang mahasiswa STIE –YPUP Makassar yang membantu dari persiapan sampai selesai kegiatan PKM ini. Gambar 4 menampilkan dokumentasi pertemuan rapat tim PKM dengan kepala desa Tanah Towa



Gambar 4. Rapat pelaksanaan kegiatan Pelatihan oleh Tim PKM dan kepala desa Tanah Towa

Pelatihan membuat digital marketing

Pelatihan dilaksanakan dalam waktu 3 (tiga) kali pertemuan selama 4 jam. Jumlah peserta adalah 30 orang. Sebelum memberikan materi, Peserta yang mengikuti pelatihan dipilih oleh kepala desa dengan mempertimbangkan usaha yang dimiliki dan keinginan yang kuat untuk mengikuti pelatihan. Tim PKM menganalisa terlebih dahulu latar belakang pendidikan dan kemampuan peserta menggunakan gadget. Penyampaian materi juga menyesuaikan kemampuan peserta dalam menerima materi. Adapun materi yang diberikan selama pelatihan adalah sebagai berikut. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan antusias menandakan ketertarikan peserta pada kegiatan pelatihan tersebut. Gambar 5 merupakan foto peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan tersebut

Tabel 1. Materi Pelatihan

No	Materi Pelatihan	Instruktur	Sub Materi
1.	Pengetahuan tentang digital Marketing	Terttiaavini	Pengertian tentang digital Marketing, Jenis digital marketing, Peran digital Marketing, Tend pemasaran saat ini
2.	Segmentasi Pasar	Tedy Setiawan Saputra	Tentukan segmentasi pasar, Menciptakan Buyer Persona, menentukan Keunggulan Produk, Menciptakan Brand Positioning
3.	Membangun Digital Marketing	Terttiaavini	Digital marketing pada Instagram dan Facebook ads
4.	Pembuatan konten	Agustina Heryati	Defenis, konten, bentuk konten marketing. Latihan membuat konten
5.	Search engine Optimization	Endang Sri Lestari	Pengertian SEO, Tipe Traffic SEO, Jenis SEO, Indikator Utama SEO, Manfaat SEO
6.	Search Advertising dan Online Advertising	Terttiaavini	Defenisi search engine, aktivitas Periklanan, efisiensi advertising, iklan Advertising, jenis online advertising dan macam-macam online advertising
7.	Membangun Kerjasama dengan kemitraan	Agustina Heryati	Pengertian kemitraan, membuat MOU,
8.	Membuat Lap. Penjualan	Tedy Setiawan Saputra	Siklus Akuntansi, Formulir, Formulir, Laporan Keuangan (Hertati et.al., 2020) (Pratiwi et.al., 2022)
9.	Kreativitas dan Inovasi	Endang Sri Lestari	Pengertian Kreatif dan Inovasi, Hambatan dalam Kreativitas, Cara Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi



Gambar 5. Peserta pada kegiatan pelatihan

Evaluasi Kegiatan Pelatihan

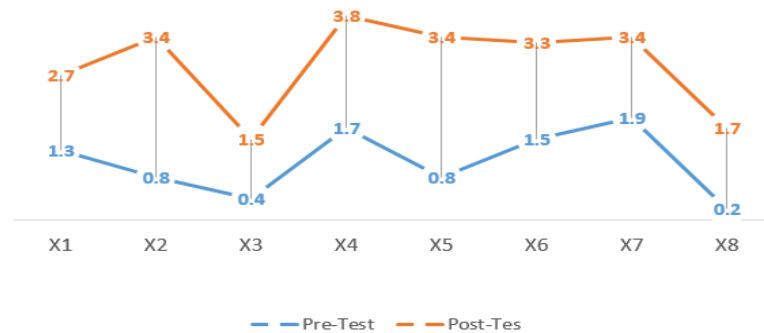
Evaluasi kegiatan pelatihan dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan dengan yaitu reaksi (*Reaction*), pembelajaran (*Learning*), Prilaku (*behavior*) dan hasil (*result*) [7]. Data dikumpulkan dari kuesioner yang dibagikan kepada peserta di setiap level. Kegiatan pada setiap level dijelaskan sebagai berikut: Level 1–Reaksi: Pengukuran pada level 1 berfokus pada kepuasan peserta terhadap program pelatihan. Oleh karena itu pada akhir pelatihan peserta diberikan daftar pertanyaan yang harus dijawab, pertanyaan dalam daftar pertanyaan tersebut terdiri dari fasilitas pelatihan (modul, sound system, penunjang, makan dan sarana prasarana) serta proses pelatihan. Level 2–Pembelajaran: Pada level 2, pengukuran difokuskan pada pengetahuan peserta. Pada bagian ini, pelatih memberikan dua tes kepada semua peserta.

Ada pre-test dan post-test. Semua pertanyaan dalam daftar angket adalah tentang pengetahuan peserta tentang produk, proses produksi, manajemen modal kerja, dan keuntungan. Level 3–Perilaku: Pengukuran pada level 3 difokuskan pada bagaimana peserta mengimplementasikan pengetahuan mereka sebagai perilaku mereka di lingkungan kerja mereka. Terkait hal tersebut, setelah pelatihan selesai, pelatih telah mengedarkan kuisisioner kepada peserta untuk dinilai perilaku temannya. Pertanyaan-pertanyaan dalam daftar angket terdiri dari bagaimana teman latih memahami materi pelatihan dan bagaimana mereka menerapkannya di lingkungan. Level 4–Hasil: Hasil penilaian peserta sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan skor berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta yang diringkas berdasarkan jawaban kuesioner. Rata-rata skor yang dicapai peserta dan klasifikasinya ditampilkan dalam diagram blok seperti tabel 2.

Tabel 2. Hasil penilaian sebelum dan sesudah pelatihan

No	Materi Pelatihan	Kondisi	Tidak mengerti		Cukup Mengerti		Mengerti		Sangat Mengerti		Peningkatan Kemampuan
			0.5	1.0	1.5	2.0	2.5	3.0	3.5	4.0	
1.	Pengetahuan digital Marketing	Pre-tes	1.3								1.4
		Post-tes			2.7						
2.	Menentukan target	Pre-tes	0.8								2.6
		Post-tes			3.4						
3.	Pembuatan Konten	Pre-tes	0.4								1.1
		Post-tes	1.5								
4.	Layanan kepada Pembeli	Pre-tes	1.7								2.1
		Post-tes			3.8						
5.	Promosi Produk	Pre-tes	0.8								2.6
		Post-tes			3.4						
6.	Membangun Kerjasama	Pre-tes	1.5								1.8
		Post-tes			3.3						
7.	Membuat Lap. Penjualan	Pre-tes	1.9								1.5
		Post-tes			3.4						
8.	Kreativitas dan Inovasi	Pre-tes	0.2								1.5
		Post-tes	1.7								

Tabel 2 menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan tertinggi pada indikator Promosi Produk dengan jarak 2.6 point. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang di paparkan oleh TIM Narasumber Selaku TIM PKM STIE – YPUP Makassar Membahas tentang promosi produk mudah untuk dipelajari dan diterapkan. Sedangkan peningkatan kemampuan yang paling rendah adalah pada indikator Pembuatan konten dengan jarak 1.1 point. Permasalahan peserta dalam membuat konten disebabkan karena sebagian besar peserta terdiri dari ibu-ibu yang kurang mampu membuat tulisan dan gambar untuk tujuan promosi [10]-[15]. Perbedaan jarak dari hasil penilaian pre-test dan post-test. Gambar 6 menunjukkan diagram garis (line diagram) yang menampilkan jarak antara pre-test dan post-test.



Gambar 6. Diagram garis hasil pengujian *pretest* dan *posttest*

Hasil

Inovasi pemasaran diperlukan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar bagi pengrajin kain tenun songket. Untuk memberikan nilai jual pada kain tenun songket, maka di buat logo yang menggambarkan ciri khas kain tenun songket dari desa Burai. Adapun bentuk logo, instagram dan facebook ads dijelaskan sebagai berikut: 1) Gambar Pengenal sebagai branch marking Tim PKM memberikan materi tentang bagaimana cara membuat logo, filosofi logo dan manfaat menggunakan logo. Hasil dari pelatihan, terciptanya sebuah logo yang akan digunakan untuk brand penjualan. Gambar 7 adalah gambar logo hasil karya peserta pelatihan.



Gambar 7. Gambar pengenalan hasil karya peserta pelatihan

2) Facebook

digunakan untuk mempromosikan atau mengiklankan bermacam-macam sarung tenun sutra hitam hasil dari pengrajin. Facebook memiliki banyak fasilitas, salah satunya adalah dapat menganalisa target /market, sehingga dapat mengevaluasi pengujung dan pembeli untuk membuat strategi promosi selanjutnya [8]-[12].

3) Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak dikunjungi. Usulan Nama instagram adalah Sarung Tenun Sutra Hitam Tanah Towa. Konten pada instagram selalu diupdate dengan memberikan informasi dan penawaran harga yang menarik agar menimbulkan daya Tarik pembeli. Berikut tampilan depan instagram Sarung Tenun Sutra Hitam Tanah Towa [15].

KESIMPULAN

Digital marketing merupakan rencana strategi untuk mengembangkan usaha yang mengalami masalah pemasaran produk. Minimnya pengetahuan dan kemampuan untuk memanfaatkan media social, menyebabkan fasilitas ini tidak digunakan secara maksimal oleh sebagian orang. PKM dilaksanakan di desa Tanah Towa bagi pengrajin Sarung tenun Sutra Hitam . Pelatihan ini dievaluasi sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil dari pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta. Evaluasi juga dilakukan setelah 6 bulan, dan hasil nya juga menunjukkan adanya transaksi pembelian Sarung tenun Sutra Hitam melalui

media social tersebut. Kegiatan PKM ini memberikan manfaat bagi pengerajin Sarung tenun Sutra Hitam untuk membantu mengatasi permasalahan. Upaya ini dilakukan untuk membangun ekonomi masyarakat menengah bawah untuk meningkatkan kesejahteraan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Mitra PKM Kepala Desa Tana Towa Bapak Zulkarnaim, SP.d yang telah bersedia menerima TIM PKM dari STIE – YPUP Makassar dan tak lupa mengucapkan Terima Kasih kepada Pimpinan STIE – YPUP Makassar yang membantu dana demi kelancaran kegiatan PKM untuk Kompetensi Dosen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Edwar Ridwan 2023 Membangun Ciri Has Kuliner Bulukumba Aneka Kue Dumpi Eja Uhu – Uhu – Cucuru Gula merah, Jagung Marning.
- [2] Etty. (2020). Desa Tanah Towa Raih Penghargaan API Award, Panca Mengaku Bangga masyarakat Bulukumba.
- [3] Kementerian Parawisata dan Ekonomi Kreatif 2023 <https://kemptraekokreatif.go.id>
- [4] Utami, S., Gustanela, O., Paradillah, I., Ginting, J., & Pratomo, H. (2021). Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Burai Melalui Edukasi Protokol Kesehatan COVID-19 Menggunakan Whatsapp. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 70–77. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jppm/article/view/37730>
- [5] Safkaur, O., Hertati, L., Puspitawati, L., & ... (2020). Peran Desa Wisata Noken Kerajinan Masyarakat Adat Raja Empat Papua Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Sosek*, 1(1). <http://journal.pdmi-pusat.org/index.php/jas/article/view/22>
- [6] Arsyad & Nurfaidah (2023) Promosi Penjualan Sarung Tenun Sutra Hitam Kajang, Bulukumba.
- [7] Terttiaavini, & Saputra, T. S. (2020). Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (Kb). *Seminar Nasional AVoER XII 2020*, 18–19. <http://ejournal.ft.unsri.ac.id/index.php/avoer/article/view/251>
- [8] Terttiaavini, Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2020). Evaluating the Kemplang Tunu Production Training for Low Income and Education Communities Using the Kirkpatrick Model. *Atlantis Press*, 151(Icmae 2020), 238–242. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.055>
- [9] Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. Datareportal.com. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- [10] Terttiaavini, Marnisah, L., Yulius, Y., Setiawan Saputra, T., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan “Kemplang Tunu” Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(1), 63–71.
- [11] Hertati, L., Iriadi, Safkaur, O., Fery, I., Nazarudin, & Antasari, R. (2020). View of Peran Akuntansi Aktiva Tetap, Standar Akuntansi Keuangan Terhadap Laporan Keuangan Akibat Covid-19.pdf. *Jurnal Revenue*, 01(02), 183–200. <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/23/26>
- [12] Kartika, I., Lisnini, & Alhadi, E. (2020). Studi Kelayakan Desa Burai Sebagai Desa Wisata di Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 20–29.
- [13] Lestari, R., & Hertati, L. (2020). Bagaimana Pengaruh Strategi Bisnis, Kekuatan Produk Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: Studi Kasus Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Kajian Akuntansi*, 21(1), 01–16. <https://doi.org/10.29313/ka.v21i1.5675>
- [14] Martini, R., & Mariskha Z. (2019). Model Kalkulasi Biaya Produksi Dalam Penetapan Harga Pasar Kain Songket. *Snaptekmas*, 1(1), 1–8.
- [15] Pratiwi, A. N., Lestari, D. A., Rahmayang, T., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafitri, L., & [10] Munandar, A. (2022). Sosialisasi KKN tematik MBKM pendampingan pembuatan struktur perhitungan harga pokok produksi guna penentuan harga jual keripik singkong rasa jagung di desa Petanang. *Prima*, 1(4), 109–120.