

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PENGUATAN BUDAYA LOKAL MELALUI PEMBERDAYAAN
KELOMPOK PENGRAJIN SULAM ANGKINGAN KHAS KOTA
PALEMBANG BERBASIS *E-COMMERCE***



Oleh:

Ketua Pelaksana	NIDN / NIDK/NIM
Dr. Yunisvita, M.Si	: 0029067002
Anggota Pelaksana	
1. Drs. M. Syirod Saleh, M.Si	: 0002095301
2. Drs. M. Komri Yusuf.,M.Si	: 8817411019
3. Sri Andaiyani, S.E.,M.S.E	: 0027019302
Anggota Mahasiswa	
1. Rahmat Juniansyah	: 01021281722107
2. Ramadhani	: 01021281722044
3. Fadil Muhammad Ardiansyah	: 01021381722191
4. Theresya Simanjutak	: 01021381722183

Dibiayai oleh:

Anggaran DIPA Badan Layanan Umum
Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Tahun Anggaran 2020
No. SP DIPA-023.17.2.677515/2020 Tanggal 16 Maret 2020
Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sriwijaya
No. Kontrak: 2482/UN9.FE/TU.SK/2020

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN ANGGARAN 2020**

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Sulam Angkingan Khas Kota Palembang Berbasis *E-Commerce*
2. Bidang Penelitian : Ekonomi
3. Ketua Peneliti
- a. Nama Lengkap : Dr. Yunisvita, S.E., M.Si
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIP/NIDN : 197006292008012009/ 0029067002
 - d. Pangkat dan Golongan : Penata/ IIIc
 - e. Pendidikan terakhir : S-3 Ilmu Ekonomi
 - f. Jabatan Struktural : -
 - g. Jabatan Fungsional : Lektor
 - h. Perguruan Tinggi : Universitas Sriwijaya
 - i. Fakultas/Jurusan/Prodi : Ekonomi/Ekonomi Pembangunan
- j. Alamat/Kantor : Gedung A, Jl. Raya Palembang - Prabumulih Km. 32 Indralaya, OI, Sumatera Selatan 30662
- k. Telepon/Faks : +62 711 580964
- l. Alamat Rumah : Jl. Mayor Zen Lrg. Iwari II No. 46, Sungai Selincah PLG
- m. Telpon/HP/Faks/E-mail : 0815 38 28 838 /yunisvita@unsri.ac.id
4. Jumlah Anggota Peneliti : 3 Orang
- a. Nama Anggota I : Drs. M. Komri Yusuf, M.Si
NIP : 195310241980031001
 - b. Nama Anggota II : Drs. M. Syirod Saleh, M.Si
NIP : 195309021984031001
 - c. Nama Anggota III : Sri Andaiyani, S.E., M.S.E
NIP : 199301272019032022
5. Jangka Waktu Penelitian : 1 tahun
6. Jumlah Dana yang disetujui : Rp 14.000.000
7. Nama, NIM dan Jurusan Mahasiswa yang terlibat : 1. Rahmat Juniansyah (01021281722107), Jurusan Ekonomi Pembangunan
2. Shapran Witdiyanto (01021381722156), Jurusan Ekonomi Pembangunan

Inderalaya, Desember 2020

Mengetahui
Ketua UPPM Fakultas Ekonomi

Ketua Pelaksana

Dirta Pratama Atiyatna, S.E., M.Si
NIP. 198609232019031006

Dr. Yunisvita, M.Si
NIP. 197006292008012009

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E
NIP 196706241994021002

KATA PENGANTAR

Puji syukur tim peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang atas rahmat-Nya maka tim pengabdian dapat menyelesaikan laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “**Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Sulam Angkingan Khas Kota Palembang Berbasis E-Commerce**”. Dalam penulisan laporan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang membantu dalam melaksanakan pengabdian ini.

Akhirnya tim berharap semoga Allah memberikan imbalan yang setimpal pada mereka yang telah memberikan bantuan, dan dapat menjadikan semua bantuan ini sebagai ibadah, Amiin Yaa Robbal ‘Alamiin. Dalam Penulisan laporan ini peneliti merasa masih banyak kekurangan-kekurangan baik pada teknis penulisan maupun materi, mengingatkan kemampuan yang dimiliki penulis. Untuk itu kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan pembuatan proposal ini.

Palembang, Desember 2020

Tim Pelaksana Pengabdian

DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Halaman pengesahan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Identitas Pengusul.....	v
Abstrak	viii
BAB I Pendahuluan	1
BAB II Tinjauan Pustaka.....	5
BAB III Metode Pelaksanaan Kegiatan.....	7
BAB IV Hasil dan Pembahasan	10
4.1 Deskripsi Kegiatan	10
4.2 Realisasi Pemecahan Masalah	10
4.3. Evaluasi Kegiatan	13
4.4 Foto Kegiatan Pengabdian	15
BAB V Kesimpulan dan Saran	19
5.1 Kesimpulan	19
5.2 Saran	10
Daftar Pustaka	20
Lampiran	21

IDENTITAS PENGUSUL

A. Ketua Pengusul

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Yunisvita, S.E.M.Si
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas Lainnya	197006292008012009
5	NIDN	0029067002
6	Tempat, Tanggal Lahir	Palembang, 29 Juni 1970
7	E-Mail	Yunisvita@unsri.ac.id
8	Nomor Telpon/HP	+62 815-3828-838
9	Alamat Kantor	Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Jl. Raya Prabumulih-Inderalaya, OganIlir
10	ID SINTA	6083131
11	ID Google Scholar	g6JT6Q8AAAAJ&hl

Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Judul Penelitian	Tahun	Sumber Dana
1.	Peran Financial Technology Sebagai Alternatif Permodalan Bagi Umkm Di Desa Kerinjing	2019	Penelitian PNBPFakultas
2	Pengelolaan Investasi Dan Keuangan Rumah Tangga Dengan Aplikasi Berbasis Android	2019	Penelitian PNBPUiversitas

B. Anggota 1

Nama Lengkap : Drs. M. Komri Yusuf.,M.Si
NIDK : 8817411019

Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Judul Penelitian	Tahun	Sumber Dana
1.	Pengelolaan Investasi Dan Keuangan Rumah Tangga Dengan Aplikasi Berbasis Android	2019	Penelitian PNBPUiversitas

C. Anggota Pengusul II

Nama Lengkap : Drs. M. Syirod Saleh, M.Si
NIDK : 0002095301

D. Anggota III

- 1 Nama Lengkap (dengan gelar) Sri Andaiyani, S.E.,M.S.E
- 3 Jabatan Fungsional Tenaga Pengajar
- 4 NIP/NIK/Identitas Lainnya 199301272019032022
- 5 NIDN 0027019302
- 6 Tempat, Tanggal Lahir Palembang, 27 Januari 1993
- 7 E-Mail andaiyanisri@gmail.com
- 8 Nomor Telpon/HP 085273233051
- 9 Alamat Kantor Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Jl. Raya Prabumulih-Inderalaya, OganIlir
- 10 ID SINTA 6691493
- 11 ID Google Scholar 9EP7E2cAAAAJ&hl

Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Judul Penelitian	Tahun	Sumber Dana
1.	Peran Financial Technology Sebagai Alternatif Permodalan Bagi UMKM di Desa Kerinjing	2019	Penelitian PNBPFakultas
2	Pengelolaan Investasi Dan Keuangan Rumah Tangga Dengan Aplikasi Berbasis Android	2019	Penelitian PNBPUntersitas

IDENTITAS USULAN

1. Judul : Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Angkingan Khas Kota Palembang
2. Bidang Pengabdian : Pendampingan
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Dr. Yunisvita, M.Si
 - b. NIP / NIDN : 197006292008012009/ 0029067002
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor
 - d. Fakultas : Ekonomi
 - e. Jurusan : Ekonomi Pembangunan
4. Anggota Pelaksana

No	Nama	NIDN / NIDK	Dosen/ Mhs/ Alumni
1.	Drs. Komri Yusuf, M.Si	0024105302	Dosen Eko. Pembangunan
2.	Sri Andaiyani, S.E.,M.S.E	199301272019032022	Dosen Eko. Pembangunan
3.	Rahmat Juniansyah	01021281722107	Mahasiswa
4.	Shapran Witdiyanto	01021381722156	Mahasiswa

5. Jangka Waktu Kegiatan : 12 Bulan
6. Model Kegiatan : Pendampingan
7. Metode Pelaksana : Persentasi, ceramah dan praktek
8. Iptek yang Diintroduksi : *Website e-commerce*
9. Khalayak Sasaran : Pengrajin Sulam Angkingan
10. Output Kegiatan : Teknologi tepat guna berupa website
11. Sumber Biaya
 - a. Dipa Unsri : Rp 15.000.000,-
 - b. Lain-lain : -

ABSTRACT

The Angkinan Craftsmen are included in homemade craft so that the right strategy is needed in developing it. The application of this local culture is important to the e-commerce business that can help to increase the income of Angkinan Craftsmen. The purpose of this activity is to provide assistance in promoting products, provide training on the use of e-commerce applications. The method of implementing this service is training by providing counseling, tutorials, and discussions. The results show that the training participants are able to understand the importance of strengthening e-commerce-based local culture and are able to apply online selling sites through Instagram and shopee. it is very relevant to the current conditions where knowledge of the preferences and behavior of local shoppers is more dominant in online shopping using the most popular e-commerce applications. In this case, Angkinan embroidery craftsmen can provide detailed information regarding the products offered and how to interact with customers online. Without the implementation of local values, craftsmen will not have an effective go-to-market strategy and opportunities for embroidery craftsmen.

Keywords: *SMEs, sulam angkinan, e-commerce, khas Palembang*

ABSTRAK

Pengrajin sulam angkinan ini termasuk dalam pengrajin rumahan sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam mengembangkannya. Begitu pentingnya pengaplikasian budaya lokal ini ke dalam bisnis *e-commerce* dapat membantu meningkatkan pendapatan para pengrajin sulam angkinan. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pendampingan dalam mempromosikan produk, memberikan pelatihan penggunaan aplikasi e-commerce. Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah pelatihan dengan memberikan penyuluhan, tutorial dan diskusi. Hasilnya menunjukkan bahwa peserta pelatihan mampu memahami pentingnya penguatan budaya lokal berbasis e-commerce serta mampu mengaplikasikan situs berjualan online melalui instagram dan shopee. Hal ini tentunya sangat relevan dengan kondisi saat ini dimana pengetahuan mengenai preferensi dan perilaku pembeli lokal lebih dominan belanja online menggunakan aplikasi e-commerce yang terpopuler. Dalam hal ini para pengrajin sulam angkinan dapat menyampaikan informasi detail terkait produk yang ditawarkan dan cara berinteraksi dengan pelanggan secara online. Tanpa implementasi nilai-nilai lokal, pengrajin tidak akan memiliki strategi *go-to-market* yang efektif, dan peluang para pengrajin sulam.

Kata Kunci: *umkm, sulam angkinan, e-commerce, khas Palembang*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbicara tentang kebudayaan di Indonesia memang tidak ada habisnya. Kebudayaan selalu berhubungan erat dengan kerajinan. Salah satunya yaitu kerajinan yang berada di Palembang. Kerajinan tangan berikut ini ikut berkontribusi menambah khasanah keberagamannya yang ada di Indonesia. Kerajinan tersebut adalah Sulam Angkinan. Sulam angkinan merupakan budaya lokal yang ada di Kota Palembang. Sulam ini merupakan kerajinan khas kota Palembang yang ada sejak Kerajaan Sriwijaya. Pada Zaman dahulu, teknik sulam ini muncul dikarenakan perempuan zaman kerajaan dipingit kala terjadi peperangan antar kerajaan. Kain beludru, benang emas, benang sulam, dan aneka jenis benang lain menjadi bahan utama pembuatan aksesoris rumah tangga kerajinan sulam angkinan. Jika dilihat dari tingkat kerumitan dan ketekunan pembuatannya, sedikit yang mengetahui mengenai teknik sulam angkinan, hal tersebut membuktikan bahwa angkinan kurang populer di kalangan masyarakat apabila dibandingkan kain songket yang lebih dikenal luas.

Budaya lokal seperti ini tentunya wajib kita lestarikan. Di Palembang sendiri terdapat perkampungan angkinan yang berlokasi di kawasan Jalan Mayor Zen Lorong Peternakan. Dalam masa pandemic Covid-19 ini ternyata banyak masalah yang tengah dihadapi oleh para pengrajin kain sulam khas Palembang ini. Salah satunya adalah belum populernya kain sulam angkinan ini dan belum meluasnya pemasaran angkinan ini. Selain itu, semakin berkurangnya jumlah pengrajin yang menekuni usaha ini dan terbatasnya regenerasi. Beberapa produk kain sulam angkinan yang saat ini dipasarkan antara lain: sarung bantal, taplak meja, wadah tisu, atau selendang.



Gambar 1. Contoh Kain Sulam Angkinan

Rencana pendampingan penguatan budaya lokal ini didasari pada kondisi pandemic Covid-19 ini melemahkan sektor perdagangan sehingga menurunkan perekonomian global. Oleh sebab itu, penguatan UMKM khususnya pengrajin sulam angkinan ini mutlak dilakukan. Pengrajin sulam angkinan ini termasuk dalam pengrajin rumahan sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam mengembangkannya. Kehadiran fintech yang fokus ke e-commerce sudah tepat, apalagi fokus ke daerah, dengan begitu e-commerce tersebut dapat lebih mengembangkan berbagai potensi lokal.

Seiring dengan meningkatnya kepercayaan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja online ini tentu menjadi peluang bagi para pengrajin sulam angkinan untuk memperkenalkan berbagai produk mereka kepada khalayak ramai. (Agung, Bagus, Sn, Si, & Seni, 2020) mengatakan adaptasi kebiasaan baru dengan berbagai

perubahan perilaku masyarakat menuntut pelaku bisnis terus memahami tren dan perilaku konsumen, baik itu sebelum maupun saat pandemi.

Hal tersebut didukung oleh pendapat (Mubah, 2011) Strategi yang bisa dijalankan adalah pembangunan jati diri bangsa untuk memperkuat identitas kebangsaan, pemahaman falsafah budaya kepada seluruh kalangan masyarakat, penerbitan peraturan daerah yang melindungi budaya lokal, dan memanfaatkan teknologi informasi untuk mengenalkan budaya lokal ke masyarakat dunia.

Selama ini pengrajin mendapat bantuan pinjaman dana/modal dari Askes dan Taspen dan yang saat ini masing berlangsung adalah pinjaman taspen. Tetapi masalah yang muncul adalah sedikit jumlah orang yang mempunyai kemampuan dan menekuni kerajinan ini. Selain itu kerajinan sulam angkinan ini sudah memiliki hak paten dari kemenkumham.



Gambar 2. Suasana Sulam Angkinan

Solusi menghadapi belum optimalnya pemasaran produk sulam angkinan sertanya rendahnya omzet pengrajin adalah fokus pada penguatan permintaan produk melalui media online berbasis e-commerce. Begitu pentingnya pengaplikasian budaya lokal ini ke dalam bisnis *e-commerce* dapat membantu meningkatkan pendapatan para pengrajin sulam angkinan. Hal ini tentunya sangat relevan dengan kondisi saat ini dimana pengetahuan mengenai preferensi dan perilaku pembeli lokal lebih dominan belanja online menggunakan aplikasi e-commerce yang terpopuler. Dalam hal ini para pengrajin sulam angkinan dapat menyampaikan informasi detail terkait produk yang ditawarkan dan cara berinteraksi dengan pelanggan secara online. Tanpa implementasi nilai-nilai lokal, pengrajin tidak akan memiliki strategi *go-to-market* yang efektif, dan peluang para pengrajin sulam angkinan untuk tumbuh dan dikenal masyarakat luas akan terhambat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Kerajinan Sulam Angkinan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi kain sulam angkinan yang mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan terutama pada bagian promosi dan pemasaran produk penganan yang dihasilkannya. Hal tersebut karena selama ini proses pemasaran yang dilakukan selama ini hanya terbatas di wilayah Kota Palembang serta hanya melalui promosi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu untuk mendukung proses promosi dan pemasaran produk perlu dikembangkan media dengan penerapan teknologi informasi (*e-commerce*) untuk membantu dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk.

Peranan sistem informasi dalam suatu organisasi tidak diragukan lagi. Dukungannya dapat membuat sebuah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif, yang berarti bahwa suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan mempergunakan sistem informasi (Barovih, 2018).

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi akan memberikan pelatihan pemasaran yang lebih baik dan bantuan pembuatan website produk. Sehingga para pengrajin menunggu pemesanan oleh pelanggan, namun juga secara proaktif melakukan pemasaran melalui *website*. Dalam mengatasi belum optimalnya penggunaan media online dalam pemasaran produk, tim pengabdian berinisiatif untuk memberikan pelatihan penggunaan aplikasi e-commerce seperti shopee, instagram dan website.

Pelatihan ini memberikan kemampuan dalam mengorganisir pesanan konsumen serta dapat memudahkan pengguna untuk menampilkan status setiap barang dalam

transaksi online dengan mengaplikasikan dalam kegiatan pelatihan (Indriani, Utomo, & Edy, 2020)

Tim pengabdian juga mencoba membuat dan mengembangkan website *e-commerce* untuk proses promosi serta pemasaran produk sulam angin dari awal pengenalan website *e-commerce* sampai dengan implementasinya. Pengabdian ini diharapkan dapat menghasilkan website yang dapat digunakan oleh para pengrajin sebagai salah satu media promosi.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

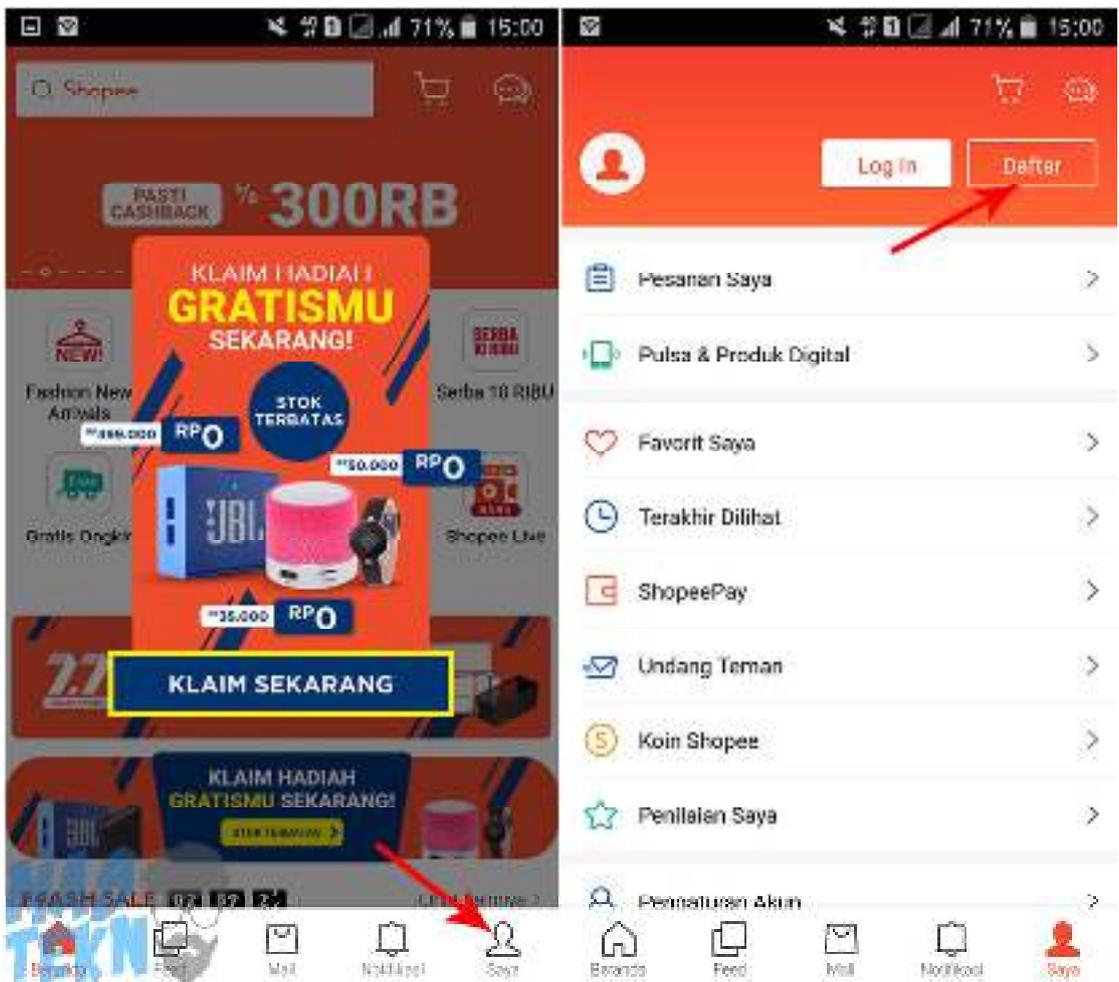
Khalayak sasaran yang dipilih adalah para pengrajin sulam anginian sebanyak lima puluh orang. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

a. Langkah 1 (Metode Ceramah):

Peserta diberikan ilmu dan pengetahuan mengenai pentingnya pemasaran produk dengan media online berbasis e-commerce, aplikasi e-commerce yang bisa digunakan, cara membuat akun e-commerce, dan menunjukkan tampilan website yang telah dibuat oleh tim pengabdian fakultas ekonomi universitas sriwijaya.

b. Langkah 2 (Metode Tutorial):

Peserta diberikan pelatihan cara membuat media sosial sebagai alternative cara pemasaran produk berbasis e-commerce seperti akun instagrm dan akun shopee. Peserta diajak menggunakan media sosial instagram dan shopee. Peserta diminta untuk mengunduh salah satu media online sebagai alternative pemasaran produk. Contoh :



Gambar 3. Contoh Media E-commerce

c. Langkah 3 (Metode Diskusi):

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan proses penggunaan aplikasi berbasis *e-commerce* dan website yang mungkin akan dihadapi.

Kegiatan pengabdian “Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Sulam Angkingan Khas Kota Palembang Berbasis E-Commerce” ini dilaksanakan dalam jangka waktu 1 hari pada tanggal 21 Oktober 2020 di Jalan Mayor Zen Lorong Perternakan Kelurahan Selincah Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang

BAB IV

HASIL KEGIATAN

4.1 Deskripsi Kegiatan

Pelatihan ini diikuti oleh kelompok pengrajin sulam angkinan jaya sebanyak 50 orang. Bapak Abdul Karim merupakan Ketua Kelompok pengrajin sulam angkinan jaya ini. Kerajinan ini telah ditekunin selama kurang lebih 30 tahun. Usaha ini merupakan usaha turun menurun keluarga. Angkinan jaya ini merupakan merek yang sudah dipatenkan di Kementrian Hukum dan HAM. Angkinan jaya menerima pembuatan baju busana pria & wanita, baju pengantin, tirai, taplak meja, bantal kursi, sauerenir yang berasal dari sulaman khas Palembang. Menurut ketua kelompok pengrajin angkinan jaya, kegiatan menyulam ini merupakan kegiatan produktif warga kelurahan sungai selincah yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Sejak ada kelompok pengrajin ini, warga setempat medapatkan penghasil tambahan yang dapat membantu kehidupan masyarakat.

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya memberikan sosialisasi terkait pentingnya penguatan budaya lokal. Selain itu, Tim Pengabdian FE memperkenalkan *e-commerce* sebagai alternatif pemasaran yang dapat dilakukan oleh kelompok pengrajin sulam angkinan Jaya. Selama ini, kerajinan sulam angkinan jaya belum dikenal banyak orang, sekalipun warga Palembang. Budaya lokal ini tentunya harus dilestarikan dan dipertahankan di era globalisasi saat ini.

4.2 Realisasi Pemecahan Masalah

Setelah memberikan Pelatihan Penguatan Budaya Lokal Melalui Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Sulam Angkinan Khas Kota Palembang

Berbasis E-Commerce, Tim pengabdian menemukan bahwa pemasaran kerajinan sulam angkinan hanya dari mulut ke mulut. Selama ini ketua kelompok hanya menerima pesanan dari rekanan-rekanan *desaigner atau pihak wedding organizer*. Pihak pengrajin yang masih menerima upahan bukan menjual produk dengan brand “Angkinan Jaya” yang telah dipatenkan tadi. Pihak Pengrajin angkinan belum mengetahui cara menjual produk melalui online atau berbasis e-commerce sehingga mereka sangat antusias dalam mengikuti pelatihan dan aktif berdiskusi mengenai cara menggunakan aplikasi penjualan berbasis digital. Dari kegiatan pengabdian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengrajin sulam Angkinan Jaya belum paham cara menggunakan aplikasi penjualan berbasis *e-commerce*. Ketua Kelompok pun belum berani untuk menjual produk sulam angkinan dengan berbasis e-commerce.

Oleh karena itu salah satu solusi awal yang diberikan adalah memilih tenaga administrasi yang dapat membantu Ketua Kelompok Pengrajin. Tenaga administrasi yang dipilih untuk membantu jalannya penjualan digital adalah Ibu Ani. Selanjutnya, Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi Memandu tenaga administrasi untuk membuat akun instagram sebagai media promosi dan penjualan produk sulam angkinan. Akun instagram kelompok pengrajin sulam ini diberi nama *@angkinanjaya* seperti pada Gambar. Dengan adanya instagram *@angkinanjaya* ini dapat memperkenalkan budaya lokal khas Palembang yang selama ini masih banyak masyarakat yang hanya mengetahui rupanya tapi tidak tahu namanya. Instagram *@angkinanjaya* ini akan dijadikan salah satu media komunikasi dan promosi produk yang dihasilkan oleh kelompok pengrajin sulam angkinan.

Media penjualan berbasis *e-commerce* yang akan digunakan selanjutnya adalah Shopee. Tim telah membantu tenaga administrasi kelompok pengrajin angkinan Jaya untuk membuat akun shopee. Akun ini akan digunakan sebagai media penjualan yang lebih fleksibel dan lebih mudah untuk diakses. Shopee diluncurkan pada 2015, Shopee adalah aplikasi belanja C2C yang paling populer di Asia Tenggara ((Bede Moore, 2018). Tim pengabdian merekomendasikan akun shopee sebagai media penjualan karena aplikasi ini memungkinkan bagi UMKM mengelola toko online atau mengunggah konten yang ada dari yang lain platform seperti Instagram atau Facebook.

4.3. Evaluasi Kegiatan

Antusiasme peserta pelatihan dalam mengikuti pelatihan ini menunjukkan keingintahuan peserta mengenai aplikasi penjuala online berbasis e-commerce. Dari hasil edukasi ini, tercapai pemahaman sebesar 72.6 % melebihi standar capaian sebesar 70 %. Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi Memandu tenaga administrasi untuk membuat akun instagram sebagai media promosi dan pejualan produk sulam angkinan. Akun instagram kelompok pengrajin sulam ini diberi nama @angkinanjaya seperti pada Gambar. Dengan adanya instagram @angkinanjaya ini dapat memperkenalkan budaya lokal khas Palembang yang selama ini masih banyak masyarakat yang hanya mengetahui rupanya tapi tidak tahu namanya. Instagram @angkinanjaya ini akan dijadikan salah satu media komunikasi dan promosi produk yang dihasilkan oleh kelompok pengrajin sulam angkinan.

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan

No	Butir Pertanyaan	Kode	Persentase
1	Pemahaman mengenai pentingnya budaya lokal	Q1	70%
2	Pemahaman mengenai manfaat e-commerce	Q2	75%
3	Pemahaman mengenai jenis e-commerce	Q3	68%
4	Pemahaman mengenai tentang penggunaan e-commerce	Q4	72%
5	Pemahaman dalam mengunduh aplikasi instagram dan shopee	Q5	76%
6	Pemahaman cara penggunaan instagram dan shopee	Q6	70%
Rata-rata			71,8%

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil evaluasi, peserta sudah 71.8 persen memahami pentingnya penguatan budaya lokal berbasis e-commerce serta mampu mengaplikasikan situs berjualan online melalui instagram dan shopee. Selain itu, kegiatan pengabdian ini telah memberikan kontribusi nyata pada kelompok pengrajin sulam angkinan jaya, sebelumnya kelompok ini hanya memasarkan produknyadari mulut ke mulut tanpa adanya digitalisasi pemasaran. Setelah pengabdian ini dilakukan kelompok pengrajin sulam angkinan jaya ini telah memiliki akun e-commerce yang dapat digunakan dalam memperkenalkan, mempromosikan dan menjual produk sulam angkinan jaya. Hal tersebut tentunya sangat mendukung tercapainya keberhasilan kegiatan pengabdian ini. Akhirnya, penjualan berbasis e-commerce ini dapat digunakan dalam membangun usaha budaya lokal yang berkelanjutan.

4.4 Foto Kegiatan Pengabdian



Gambar 5. Proses menyulam angkinan



Gambar 6. Foto bersama dengan Ketua Kelompok Pengrajin Angkinan Jaya dan Pihak Kelurahan Sungai Selincah Kecamatan Kalidoni



Gambar 7. Pelaksanaan Protokol Kesehatan Era *New Normal*



Gambar 8. Penyampaian Materi oleh Narasumber 1



Gambar 8. Penyampaian Materi oleh Narasumber 2



Gambar 10. Foto bersama Peserta Pelatihan, Narasumber, Mahasiswa dan Ketua Kelompok Pengrajin Sulam Angkinan Jaya



Gambar 10. Kegiatan Pengabdian dibantu oleh Mahasiswa



Gambar 11. Situasi Pengabdian kepada Masyarakat

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan tim pelaksana dari Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya memberikan manfaat kepada masyarakat Sei. Selincih, Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan dalam memperkenalkan, mempromosikan dan menjual produk melalui aplikasi berbasis e-commerce yaitu instagram dan shopee. Pihak pengrajin sulam Angkinan Jaya telah memiliki akun instagram dan akun shopee yang dapat digunakan dalam membangun usaha yang berkelanjutan di era pandemic viruscorona 2019. Peserta telah mampu memahami pentingnya penguatan budaya lokal berbasis e-commerce serta mampu mengaplikasikan situs berjualan online melalui instagram dan shopee. Selain itu, kegiatan pengabdian ini telah memberikan kontribusi nyata pada kelompok pengrajin sulam angkinan jaya, sebelumnya kelompok ini hanya memasarkan produknyadari mulut ke mulut tanpa adanya digitalisasi pemasaran. Setelah pengabdian ini dilakukan kelompok pengrajin sulam angkinan jaya ini telah memiliki akun e-commerce yang dapat digunakan dalam memperkenalkan, mempromosikan dan menjual produk sulam angkinan jaya.

5.2 SARAN

Kegiatan selanjutnya dapat berkesinambungan. Kegiatan ini memerlukan partisipasi dari kedua belah pihak. Pihak Fakultas Ekonomi harus lebih aktif dalam memantau tenaga administrasi dalam menggunakan aplikasi instagram dan shopee sebagai media promosi dan berjualan. Demikian juga, Pihak Kelompok Pengrajin sulam Angkinan Jaya harus berperan aktif untuk terselenggaranya pengabdian kepada masyarakat dalam menyediakan sarana tempat pelatihan. Harapannya, tahun 2021 akan ada pendampingan yang lebih intense dalam meningkatkan penjualan sulam angkinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., Bagus, G., Sn, S., Si, M., & Seni, F. (2020). Disrupsi Teknologi Digital : Tumbuh Kembangnya Industri Kreatif Berbasis Budaya. *Seminar Nasional Envisi 2020 : Industri Kreatif*, 1–16.
- Barovich, G. (2018). Penerapan E-Commerce dan Inovasi Kemasan untuk Produsen Pia Kota Palembang. *Prosiding Seminar Nasional IHasil Litbangyasa Industri*, (ISSN 2654-8550), 118–128.
- Bede Moore, K. A. and S. S. (2018). *E-commerce in Indonesia: A guide for Australian business*.
- Indriani, E., Utomo, A., & Edy, I. C. (2020). *Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal*. DEEPUBLISH.
- Mubah, A. S. (2011). Strategi Meningkatkan Daya Tahan Budaya Lokal dalam Menghadapi Arus Globalisasi, *24(031)*, 302–308.

LAMPIRAN

