



## Pendampingan Penjualan Online bagi Pelaku Usaha Kain Sutra di Kampung Sutra Sempang, Kecamatan Tanasitolo

*Online Sales Assistance for Silk Fabric Business Actors in Semampge Silk Village, Tanasitolo District*

**Sulfiayu<sup>1</sup>**

*Universitas Islam As'adiyah Sengkang<sup>1</sup>*

**Ahmad Rijal Amiruddin<sup>2</sup>**

*Universitas Islam As'adiyah Sengkang<sup>2</sup>*

**Hasriadi<sup>3</sup>**

*Universitas Islam As'adiyah Sengkang<sup>3</sup>*

**Sadri<sup>4</sup>**

*Universitas Islam As'adiyah Sengkang<sup>4</sup>*

**Ummul Wafiyah<sup>5</sup>**

*Universitas Islam As'adiyah Sengkang<sup>5</sup>*

Surel Penulis Koresponden: [sulfiayu@unisad.ac.id](mailto:sulfiayu@unisad.ac.id)

### RIWAYAT ARTIKEL

Diterima: 15 Mei 2026

Direvisi: 3 Juni 2026

Disetujui: 20 Juni 2026

Dipublikasikan: 29 Juni 2026

### KATA-KATA KUNCI

penjualan online; kain sutra; pemasaran digital; UMKM tenun; Kampung Sutra Sempang

### ABSTRAK

Pelaku usaha kain sutra di Kampung Sutra Sempang, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo masih mengandalkan pemasaran konvensional melalui penjualan langsung di rumah produksi dan pameran, sehingga jangkauan pasar produk sutra tenun khas Wajo belum berkembang secara optimal di tengah persaingan produk tekstil nasional. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha kain sutra dalam memanfaatkan platform penjualan daring guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Metode pelaksanaan meliputi penyuluhan potensi pasar digital, pelatihan fotografi produk dan pembuatan akun toko daring, serta pendampingan praktik langsung pengunggahan produk yang dilaksanakan dalam satu hari intensif dan diikuti oleh tujuh pelaku usaha kain sutra. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pemasaran digital sebesar 75 persen, keberhasilan seluruh peserta membuat akun toko daring pada platform marketplace dan media sosial, serta terunggahnya 42 produk kain sutra dengan deskripsi dan foto yang lebih menarik

pada hari pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan intensif berbasis praktik langsung mampu membuka akses awal pelaku usaha kain sutera terhadap pasar digital dalam waktu singkat. Program pengabdian ini direkomendasikan untuk dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan guna memperkuat kemandirian digital dan daya saing produk sutera Wajo secara berkelanjutan.

#### **KEYWORDS**

*online sales; silk fabric; digital marketing; weaving MSMEs; Sempange Silk Village*

#### **ABSTRACT**

*Silk fabric business actors in Kampung Sutera Sempange, Tanasitolo District, Wajo Regency still rely on conventional marketing through direct sales at production houses and exhibitions, so that the market reach of Wajo's typical woven silk products has not developed optimally in the midst of competition for national textile products. This service activity aims to improve the ability of silk fabric business actors to utilize online sales platforms to expand market reach and increase sales volume. The implementation method includes counseling on the potential of the digital market, product photography training and online store account creation, as well as direct practice assistance in product uploading which was carried out in one intensive day and attended by seven silk fabric business actors. The results of the activity showed an increase in digital marketing understanding by 75 percent, the success of all participants in creating online store accounts on marketplace platforms and social media, and the uploading of 42 silk fabric products with more attractive descriptions and photos on the day of the activity. This activity proves that intensive direct practice-based mentoring is able to open up early access for silk fabric business actors to the digital market in a short time. This service program is recommended to be continued with continuous assistance to strengthen digital independence and competitiveness of Wajo silk products in a sustainable manner.*

#### **PENDAHULUAN**

Tri Dharma Perguruan Tinggi menempatkan pengabdian kepada masyarakat sebagai fungsi utama yang wajib diselenggarakan bersama fungsi pendidikan dan penelitian secara terpadu (Muhsyanur Muhsyanur, Umrati Umrati, Mansur Mansur, 2025). Pengabdian kepada masyarakat menjadi wujud tanggung jawab akademik perguruan tinggi dalam menyalurkan hasil kajian keilmuan kepada masyarakat luas, termasuk kepada pelaku usaha mikro dan kecil yang memerlukan penguatan kapasitas dalam menghadapi perubahan lanskap ekonomi digital saat ini (Muhsyanur, 2024).

Melalui kegiatan pengabdian, perguruan tinggi berperan sebagai fasilitator perubahan yang membantu masyarakat, khususnya pelaku usaha berbasis kearifan lokal, untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi pemasaran tanpa kehilangan identitas dan keunikan produk yang menjadi ciri khas daerah. Pendampingan semacam ini menjadi penting bagi pelaku usaha yang telah lama berkecimpung dalam produksi namun belum memiliki kesempatan mempelajari pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha mereka.

Kampung Sutera Sempange, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo merupakan salah satu sentra produksi kain sutera tenun tradisional yang menjadi identitas budaya dan ekonomi masyarakat Kabupaten Wajo, dikenal luas dengan sebutan Kota Sutera. Namun demikian, sebagian besar pelaku usaha kain sutera di kampung ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional melalui penjualan langsung di rumah produksi dan keikutsertaan pada pameran, sehingga jangkauan pasar produk mereka relatif terbatas pada pembeli yang berkunjung langsung ke lokasi. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Rahman dan Amir (2021) yang menyatakan bahwa sentra tenun tradisional di berbagai daerah Indonesia umumnya menghadapi tantangan keterbatasan jangkauan pasar akibat ketergantungan pada metode pemasaran konvensional yang bersifat lokal dan terbatas secara geografis.

Keterbatasan literasi digital (Muhsyanur, Inne Pelangi, 2021; Muhsyanur Muhsyanur, 2026) pelaku usaha kain sutera menjadi salah satu faktor utama yang menghambat pemanfaatan platform daring sebagai kanal pemasaran alternatif yang dapat menjangkau pasar lebih luas hingga ke luar Kabupaten Wajo dan Provinsi Sulawesi Selatan. Yunus (2020) mengemukakan bahwa pelaku usaha tenun tradisional yang berusia lebih matang cenderung lebih nyaman dengan metode pemasaran yang telah mereka jalani selama bertahun-tahun, sehingga diperlukan pendekatan pendampingan yang sederhana dan aplikatif untuk memperkenalkan teknologi pemasaran digital secara bertahap.

Produk kain sutera Wajo sesungguhnya memiliki keunggulan kompetitif berupa keunikan motif dan kualitas tenun yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dari luar daerah, apabila didukung dengan strategi pemasaran yang tepat dan mampu menampilkan nilai keunikan tersebut secara menarik melalui media visual digital. Menurut Kadir (2022), produk kerajinan tenun tradisional yang dipasarkan secara digital dengan penyajian visual yang baik dapat menjangkau segmen pasar konsumen perkotaan yang menghargai produk bernilai budaya dan estetika tinggi.

Pendampingan pemasaran digital bagi pelaku usaha mikro terbukti lebih efektif apabila dilaksanakan secara intensif dan aplikatif, memungkinkan peserta langsung mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh pada hari pelaksanaan kegiatan, sehingga hasil pembelajaran dapat langsung dirasakan manfaatnya tanpa jeda waktu yang panjang antara pelatihan dan penerapan. Anwar dan Susilo (2021) menemukan bahwa pendampingan pemasaran digital berbasis praktik langsung dalam waktu singkat mampu menghasilkan capaian awal yang signifikan, meskipun keberlanjutan hasil tetap memerlukan pendampingan lanjutan pascakegiatan.

Media sosial dan platform marketplace telah terbukti menjadi kanal pemasaran yang efektif bagi produk kerajinan tradisional karena memungkinkan penjual menjangkau calon pembeli secara luas dengan biaya yang relatif terjangkau dibandingkan metode pemasaran konvensional. Puspita (2020) berpendapat bahwa keberhasilan pemanfaatan media sosial sebagai kanal pemasaran sangat ditentukan

oleh kualitas foto produk dan narasi deskripsi yang mampu menonjolkan keunikan dan nilai budaya produk kerajinan yang dipasarkan.

Berdasarkan permasalahan dan kajian pustaka tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Dosen Universitas Islam As'adiyah Sengkang di bawah koordinasi Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat memandang perlu dilaksanakannya program pendampingan penjualan online bagi pelaku usaha kain sutera di Kampung Sutera Sempange, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo. Program ini diharapkan mampu membuka akses awal pelaku usaha terhadap pasar digital, memperluas jangkauan pemasaran produk sutera Wajo, serta mendukung pelestarian dan pengembangan ekonomi kerajinan tenun tradisional secara berkelanjutan.

### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pendekatan pendampingan intensif partisipatif yang melibatkan pelaku usaha kain sutera Kampung Sutera Sempange sejak tahap identifikasi kebutuhan hingga evaluasi program. Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dengan pelaku usaha untuk memetakan kondisi eksisting pemasaran produk serta kendala yang mereka hadapi dalam memanfaatkan platform daring, sebagai dasar penyusunan materi pendampingan yang dilaksanakan pada hari Ahad, 25 Januari 2026.



**Gambar 1.** Lokasi kegiatan

Pelaksanaan program terdiri atas tiga rangkaian kegiatan utama yang dilakukan secara intensif dalam satu hari kegiatan, yaitu penyuluhan mengenai potensi dan peluang pasar digital bagi produk kerajinan tenun tradisional, pelatihan teknik fotografi produk sederhana dan pembuatan akun toko daring pada platform marketplace dan media sosial, serta pendampingan praktik langsung pengunggahan

produk kain sutera yang melibatkan tujuh pelaku usaha peserta program. Pendekatan pendampingan intensif berbasis praktik langsung ini merujuk pada pandangan Anwar dan Susilo (2021) yang menekankan efektivitas metode aplikatif dalam menghasilkan capaian awal pemasaran digital bagi pelaku usaha mikro.

Evaluasi program dilakukan melalui pengukuran pemahaman pemasaran digital melalui pre-test dan post-test, pemantauan jumlah peserta yang berhasil membuat akun toko daring, dokumentasi jumlah produk yang berhasil diunggah beserta kualitas foto dan deskripsi produk, serta survei kepuasan peserta terhadap keseluruhan rangkaian program pendampingan yang dilaksanakan di Kampung Sutera Sempange.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program pendampingan penjualan online bagi pelaku usaha kain sutera di Kampung Sutera Sempange menghasilkan capaian yang tercermin dalam empat aspek utama, yaitu peningkatan pemahaman pemasaran digital, keberhasilan pembuatan akun toko daring, capaian pengunggahan produk dengan kualitas visual yang lebih baik, serta rencana keberlanjutan pendampingan pascakegiatan. Uraian rinci masing-masing aspek disajikan pada subbagian berikut.

### **Peningkatan Pemahaman Pemasaran Digital**

Kegiatan penyuluhan mengenai potensi pasar digital yang diikuti oleh tujuh pelaku usaha kain sutera Kampung Sutera Sempange menunjukkan antusiasme tinggi, tercermin dari aktifnya peserta menyampaikan pengalaman mereka selama ini menjual produk sutera secara konvensional serta rasa penasaran terhadap peluang pasar yang lebih luas melalui platform digital yang belum pernah mereka manfaatkan sebelumnya.

Hasil pengukuran melalui pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan skor pemahaman pemasaran digital dari rata-rata 38 menjadi 67 dari skala 100, atau setara dengan peningkatan sebesar 75 persen. Peningkatan yang cukup tinggi ini mengindikasikan bahwa penyampaian materi yang disertai contoh nyata keberhasilan pelaku usaha tenun lain dalam memanfaatkan platform digital mampu membangkitkan pemahaman dan motivasi peserta secara efektif meskipun dilaksanakan dalam waktu satu hari.

Peserta menunjukkan pemahaman baru mengenai perbedaan karakteristik platform marketplace dan media sosial sebagai kanal pemasaran, serta pentingnya konsistensi informasi harga dan deskripsi produk untuk membangun kepercayaan calon pembeli yang belum pernah bertransaksi secara langsung dengan penjual, pengetahuan yang sebelumnya belum pernah mereka pelajari secara sistematis.

Temuan ini memperkuat pandangan Yunus (2020) bahwa pelaku usaha tenun tradisional dapat menerima pengetahuan pemasaran digital secara efektif apabila materi disampaikan dengan pendekatan yang sederhana dan dikaitkan langsung dengan pengalaman usaha yang telah mereka jalani, tanpa memberikan kesan bahwa teknologi digital akan menggantikan sepenuhnya cara berjualan konvensional yang telah mereka kuasai.

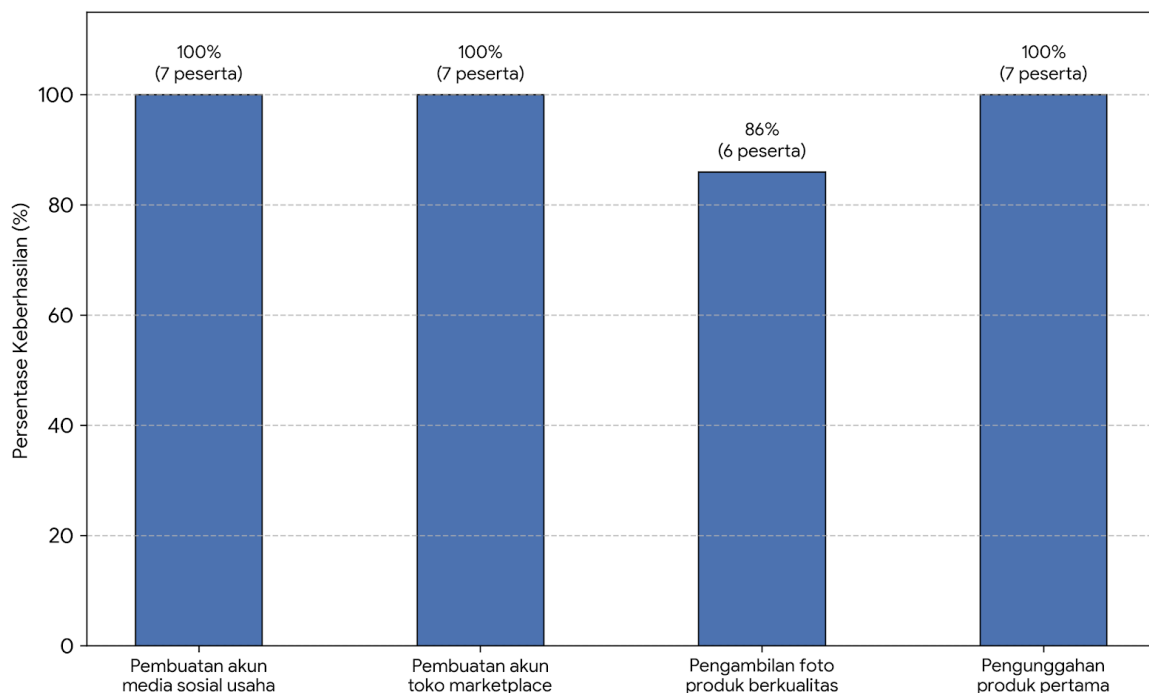
### **Keberhasilan Pembuatan Akun Toko Daring**

Pelatihan pembuatan akun toko daring yang dilaksanakan pada sesi kedua program menunjukkan hasil yang menggembirakan, di mana seluruh tujuh peserta berhasil membuat akun toko pada platform marketplace populer serta akun media sosial khusus untuk pemasaran produk kain sutera mereka masing-masing pada hari pelaksanaan kegiatan berlangsung.

Pendampingan pembuatan akun dilakukan secara individual oleh tim pengabdian kepada setiap peserta, mengingat tingkat literasi digital yang bervariasi di antara peserta, sehingga peserta yang memiliki kendala teknis dalam proses pendaftaran akun dapat memperoleh bantuan langsung tanpa harus mengikuti kecepatan peserta lain yang lebih terbiasa menggunakan perangkat telepon pintar.

Rahman dan Amir (2021) menegaskan bahwa keberhasilan pembuatan akun toko daring pada pelatihan singkat sangat ditentukan oleh pendampingan individual yang disesuaikan dengan tingkat kemampuan masing-masing peserta, karena pendekatan klasikal semata sering kali tidak efektif bagi peserta dengan literasi digital yang masih terbatas, khususnya pada kelompok pelaku usaha yang berusia lebih matang.

Grafik berikut menyajikan capaian jumlah peserta yang berhasil menyelesaikan masing-masing tahapan pendampingan pada hari pelaksanaan kegiatan, mulai dari pembuatan akun hingga pengunggahan produk pertama, sebagai gambaran capaian nyata program pendampingan intensif yang dilaksanakan dalam satu hari di Kampung Sutera Sempange.



**Gambar 2.** Capaian Jumlah Peserta pada Setiap Tahapan Pendampingan Penjualan Online

### **Capaian Pengunggahan Produk dengan Kualitas Visual yang Lebih Baik**

Pendampingan teknik fotografi produk sederhana menggunakan telepon pintar menghasilkan perbaikan signifikan pada kualitas foto produk kain sutera yang diunggah peserta, mencakup pemilihan latar belakang yang lebih rapi, pencahayaan alami yang menonjolkan detail motif dan warna tenun, serta sudut pengambilan gambar yang lebih menarik dibandingkan foto produk yang selama ini digunakan peserta untuk keperluan katalog pribadi.

Selama kegiatan berlangsung, peserta berhasil mengunggah total 42 produk kain sutera pada akun toko daring dan media sosial masing-masing, disertai deskripsi produk yang mencantumkan informasi bahan, motif, ukuran, dan harga secara lebih lengkap dan terstruktur dibandingkan dengan praktik penjualan konvensional yang selama ini hanya mengandalkan penjelasan lisan kepada pembeli yang datang langsung ke rumah produksi.

Kadir (2022) menekankan bahwa penyajian visual yang baik disertai deskripsi produk yang informatif menjadi faktor penentu utama keberhasilan pemasaran produk kerajinan tenun secara digital, karena calon pembeli daring tidak dapat melihat dan meraba langsung tekstur kain sebagaimana pembeli yang berkunjung langsung ke lokasi produksi, sehingga informasi visual dan tekstual yang lengkap menjadi pengganti pengalaman tersebut.

Beberapa peserta melaporkan telah menerima pertanyaan dari calon pembeli melalui kolom komentar dan pesan langsung pada media sosial dalam beberapa jam setelah produk diunggah, menunjukkan respons awal yang positif terhadap upaya pemasaran digital yang baru pertama kali mereka lakukan pada hari pelaksanaan program pendampingan.

### **Rencana Keberlanjutan Pendampingan Pascakegiatan**

Mengingat kegiatan pendampingan dilaksanakan secara intensif dalam satu hari, tim pengabdian menyusun rencana keberlanjutan berupa pendampingan lanjutan melalui grup komunikasi daring bersama seluruh peserta, yang berfungsi sebagai wadah konsultasi apabila peserta menghadapi kendala teknis dalam pengelolaan akun toko daring maupun pertanyaan terkait strategi pemasaran produk pada periode setelah kegiatan berlangsung.

Pemerintah Desa Sempange dan pengurus Kelompok Usaha Bersama Sutera Sempange menunjukkan dukungan terhadap keberlanjutan program dengan menyatakan kesediaan memfasilitasi pertemuan lanjutan bagi pelaku usaha yang ingin memperdalam keterampilan pemasaran digital, sebagai bentuk sinergi antara hasil program pengabdian dan pembinaan ekonomi kerajinan tenun di tingkat desa.

Anwar dan Susilo (2021) menegaskan bahwa capaian awal pendampingan pemasaran digital dalam waktu singkat perlu ditindaklanjuti dengan pendampingan berkelanjutan agar peserta tidak kembali pada pola pemasaran konvensional akibat kurangnya rasa percaya diri dalam mengelola akun toko daring secara mandiri tanpa pendampingan lebih lanjut setelah pelatihan awal berakhir.



Tim pengabdian turut menyerahkan panduan tertulis sederhana mengenai langkah-langkah dasar pengelolaan akun toko daring dan tips fotografi produk kepada seluruh peserta, sebagai bahan rujukan praktis yang dapat digunakan secara mandiri oleh pelaku usaha kain sutera dalam mengembangkan pemasaran digital mereka pada masa mendatang di Kampung Sutera Sempange.

### **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Program pendampingan penjualan online bagi pelaku usaha kain sutera di Kampung Sutera Sempange, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo berhasil meningkatkan pemahaman pemasaran digital sebesar 75 persen, menghasilkan tujuh akun toko daring baru, serta terunggahnya 42 produk kain sutera dengan kualitas visual yang lebih baik dalam satu hari pelaksanaan kegiatan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendampingan intensif berbasis praktik langsung mampu membuka akses awal pelaku usaha kain sutera terhadap pasar digital secara efektif meskipun dilaksanakan dalam waktu terbatas. Program pengabdian ini direkomendasikan untuk dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan guna memperkuat kemandirian digital, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung pelestarian ekonomi kerajinan sutera khas Kabupaten Wajo secara berkelanjutan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Islam As'adiyah Sengkang atas dukungan dan koordinasi pelaksanaan program, Pemerintah Desa Sempange dan Kelompok Usaha Bersama Sutera Sempange atas kerja sama dan fasilitasi tempat pelaksanaan kegiatan, serta tujuh pelaku usaha kain sutera Kampung Sutera Sempange atas partisipasi aktif pada kegiatan yang dilaksanakan pada Ahad, 25 Januari 2026, sehingga program pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar, F., & Susilo, D. (2021). Efektivitas pendampingan pemasaran digital intensif bagi pelaku usaha mikro. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Digital*, 7(2), 66–78.
- Bahri, S., & Nurjannah, A. (2019). Peran perguruan tinggi dalam pendampingan digitalisasi UMKM kerajinan lokal. *Jurnal Pengabdian Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 20–32.
- Idris, N. (2018). Kain sutera Wajo sebagai warisan budaya dan potensi ekonomi kreatif Sulawesi Selatan. *Jurnal Budaya dan Ekonomi Lokal*, 4(2), 45–57.
- Kadir, R. (2022). Strategi visual dalam pemasaran digital produk kerajinan tenun tradisional. *Jurnal Desain dan Pemasaran Kreatif*, 6(1), 33–45.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Panduan digitalisasi pemasaran usaha mikro kecil menengah*. Kemenkop UKM RI.
- Muhsyanur, Inne Pelangi, E. H. (2021). Literasi Digital: Implikatur Dalam



- Pemberitaan Wacana Pandemi Covid-19 Pada Portal Berita Lokal Kabupaten Wajo Berbasis Daring. *Totobuang*, 9, 47–59.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.26499/ttbnng.v9i1>
- Muhsyanur. (2024). Menggali potensi, mengembangkan solusi: peran vital pengabdian masyarakat. *Anregurutta: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 96–105.  
<https://journal.unisad.ac.id/index.php/anregurutta/article/view/77>
- Muhsyanur Muhsyanur, Umrati Umrati, Mansur Mansur, A. N. (2025). Tri Dharma Perguruan Tinggi in Indonesia Concept , Principles , and Implementation in Academic World. *VORS: Journal of Community Service*, 3(8), 19–26.  
<https://journal.echaprogres.or.id/index.php/vors/article/view/52/38>
- Muhsyanur Muhsyanur, I. S. (2026). Integrasi Literasi Digital dan Literasi Keislaman dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *ASCIDIA: As'adiyah Multidisciplinary Proceedings*, 1(2), 96–102.
- Mappagiling, A., & Rusli, H. (2023). Model pendampingan satu hari untuk literasi digital pelaku usaha mikro perdesaan. *Jurnal Abdimas Ekonomi Kreatif*, 2(1), 10–22.
- Puspita, W. (2020). Peran media sosial dalam perluasan pasar produk kerajinan tangan lokal. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 5(2), 88–100.
- Rahman, A., & Amir, S. (2021). Tantangan digitalisasi pemasaran pada sentra tenun tradisional Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kerajinan*, 9(1), 15–27.
- Salim, T. (2021). Karakteristik pasar digital bagi produk kerajinan bernilai budaya. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Kontemporer*, 8(2), 55–67.
- Yunus, M. (2020). Adaptasi teknologi pemasaran digital pada pelaku usaha tenun berusia matang. *Jurnal Kewirausahaan dan UMKM*, 4(1), 40–52.