

## STRATEGI IMPLEMENTASI TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK PENGRAJIN SUTRA CURA' LABBA'

Sudirman<sup>1\*</sup>, Darmawati Manda<sup>2</sup>, Rezki Amalia Wahyuni Mustakim<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Teknologi Informasi, Universitas Bosowa, Indonesia

<sup>2</sup>Manajemen, Universitas Bosowa, Indonesia

<sup>3</sup>Pasca Sarjana Bahasa Inggris, Universitas Bosowa, Indonesia

[sudirman.dymand@universitasbosowa.ac.id](mailto:sudirman.dymand@universitasbosowa.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi tantangan pemasaran produk pengrajin sutra Cura' Labba' dengan mengimplementasikan strategi teknologi digital. Tujuan yang ingin ditingkatkan mencakup peningkatan visibilitas online, peningkatan penjualan, edukasi tentang teknologi digital, dan pengembangan kesadaran merek (brand awareness). Masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya penetrasi pasar dan keterampilan pemasaran digital di antara pengrajin. Metode pengabdian meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan mencakup penggunaan media sosial, situs web, teknik fotografi produk, dan keterampilan digital lainnya. Pengrajin didorong untuk menerapkan teknologi digital dalam pemasaran produk dengan bimbingan teknis. Evaluasi dilakukan untuk menentukan efektivitas strategi. Mitra dalam pengabdian adalah Kelompok Pengrajin Tenun Cura' Labba' terdiri dari 12 orang. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam *softskill* dan *hardskill* pemasaran digital, serta nilai ekonomis produk. Evaluasi dilakukan melalui survei, observasi, dan analisis data. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada target audiens yang relevan, seperti pelanggan potensial, pelanggan yang sudah ada, dan pengrajin sutra Cura' Labba' sendiri. Tujuan survei ini adalah untuk mengumpulkan data dan umpan balik yang berguna guna mengevaluasi efektivitas strategi teknologi digital yang diimplementasikan dalam pengabdian masyarakat. Peningkatan *softskill* dan *hardskill* mencapai 30%, dan nilai ekonomis produk meningkat 40% setelah penerapan strategi ini. Pengabdian berhasil meningkatkan efektivitas pemasaran produk pengrajin sutra Cura' Labba' melalui teknologi digital dan pelatihan yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Cura' Labba; Kain Sutra; Pemasaran; Pemberdayaan Ekonomi; Teknologi Digital.

**Abstract:** This community service aims to overcome the challenges of marketing Cura' Labba' silk craftsmen's products by implementing digital technology strategies. Goals to be improved include increasing online visibility, increasing sales, educating about digital technology, and developing brand awareness. The main problem faced is the lack of market penetration and digital marketing skills among artisans. Service methods include socialization, training, application of technology, mentoring and evaluation. Training covers the use of social media, websites, product photography techniques and other digital skills. Craftsmen are encouraged to apply digital technology in product marketing with technical guidance. Evaluation is carried out to determine the effectiveness of the strategy. Partners in service are the Cura' Labba' Weaving Craftsmen Group consisting of 12 people. The results of the service show a significant increase in digital marketing soft skills and hard skills, as well as the economic value of the product. Evaluation is carried out through surveys, observations and data analysis. The survey was carried out by distributing questionnaires to relevant target audiences, such as potential customers, existing customers and the Cura' Labba' silk craftsmen themselves. The purpose of this survey is to collect data and feedback that is useful for evaluating the effectiveness of digital technology strategies implemented in community service. The increase in soft skills and hard skills reached 30%, and the economic value of products increased by 40% after implementing this strategy. Devotion has succeeded in increasing the marketing effectiveness of Cura' Labba' silk craftsmen's products through digital technology and ongoing training.

**Keywords:** Cura' Labba; Digital Technology; Economic Empowerment; Marketing; Silk Fabric.



#### Article History:

Received: 17-04-2024

Revised : 04-06-2024

Accepted: 06-06-2024

Online : 13-06-2024



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara global, termasuk dalam industri kreatif seperti kerajinan tangan (Putra et al., 2024)(Ara et al., 2022). Namun, pengrajin kecil dan menengah sering menghadapi tantangan dalam memasarkan produk-produk tradisional mereka secara efektif di era digital yang semakin maju (Kusuma et al., 2020). Penetrasi pasar yang rendah dan keterbatasan dalam penerapan teknologi digital menjadi hambatan utama yang perlu diatasi (Suarantalla & Rizqi, 2024). Di tengah persaingan global yang semakin ketat, pengrajin sutra Cura' Labba', yang merupakan bagian dari warisan budaya lokal, juga menghadapi kesulitan serupa (Yuliana & Adriani, 2022).

Mitra dalam pengabdian ini, Kelompok Pengrajin Tenun Cura' Labba', mengalami kesulitan dalam memasarkan produk-produk sutra mereka (Arifhan et al., 2022). Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital dan keterbatasan akses terhadap teknologi menghambat kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin terdigitalisasi (Husen, 2024). Oleh karena itu, pengabdian ini perlu dilakukan untuk memberikan bantuan dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan teknologi digital (Supri & Mahrina, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan akses pasar dan meningkatkan daya saing produk-produk tradisional (Alexander & Rimadiaz, 2024). Hasil penelitian tersebut memberikan landasan yang kuat untuk melakukan pengabdian ini, dengan menunjukkan bahwa strategi implementasi teknologi digital dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan pemasaran produk pengrajin sutra Cura' Labba' (Yosepha & Isyanto, 2024). Selain itu, kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan ekonomi kreatif dan digital juga menjadi dasar yang kuat untuk mendukung kegiatan ini (Panjalu et al., 2024).

Dalam rangka mengatasi masalah tersebut, pengabdian ini akan menawarkan solusi berupa pelatihan intensif tentang pemasaran digital kepada pengrajin sutra Cura' Labba', serta pendampingan dalam penerapan teknologi digital dalam strategi pemasaran produk mereka (Sharon *et al.*, 2024). Pendekatan ini untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk-produk sutra mereka secara lebih efektif (Maharani & Setiawati, 2024).

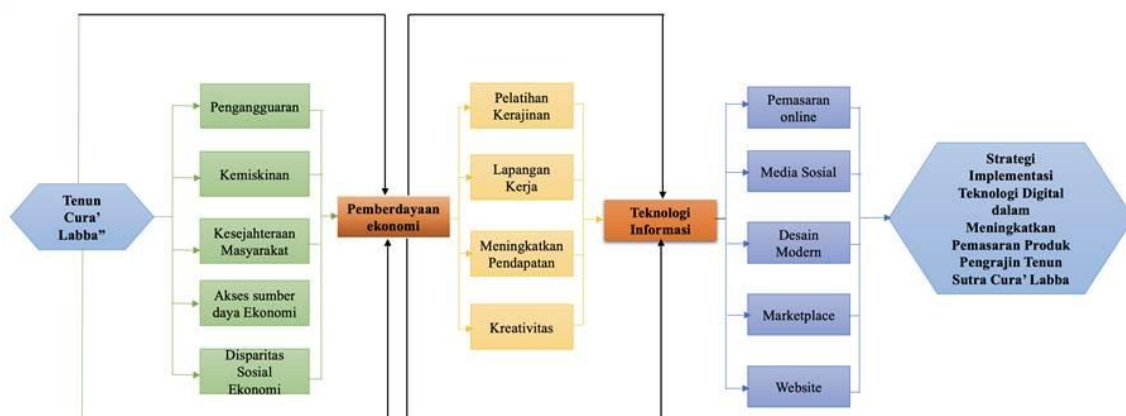
Mitra yang bergerak di bidang ekonomi dan belajar berwirausaha menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka memiliki keterbatasan dalam hal akses teknologi informasi dan pemahaman tentang digital Marketing (Pinontoan & Ramadhona, 2024). Data menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari pengrajin sutra Cura' Labba' yang memiliki kemampuan menggunakan teknologi informasi untuk memasarkan produk mereka secara online (Pramartha et al., 2024).

Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital para pengrajin sutra Cura' Labba', sehingga

mereka dapat meningkatkan penetrasi pasar dan daya saing produk mereka di era digital yang semakin maju (Sudirman *et al.*, 2023; Oktafia *et al.*, 2024). Dengan demikian, diharapkan pengrajin sutra ini dapat memperoleh keuntungan ekonomis yang lebih besar dan warisan budaya lokal mereka dapat terus dilestarikan dan diapresiasi.

## B. METODE PELAKSANAAN

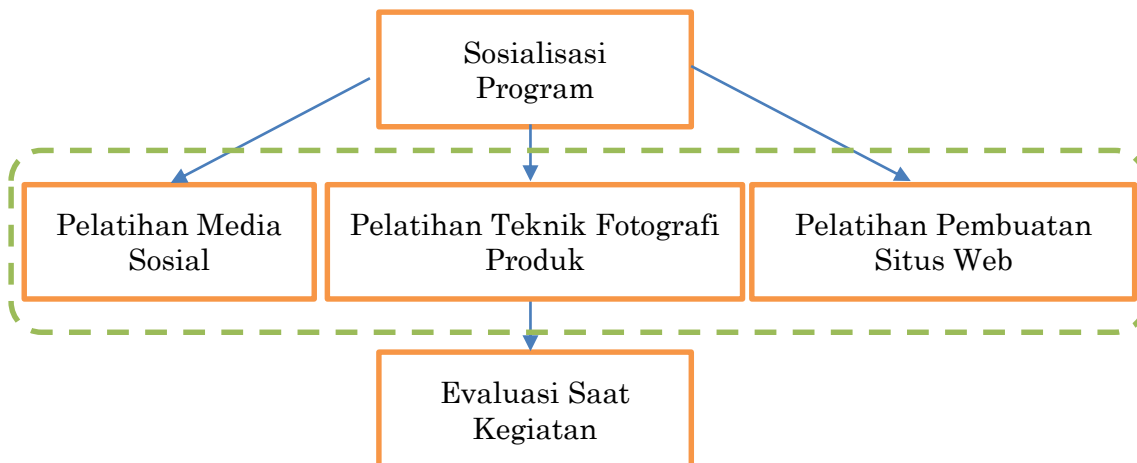
Metode penelitian terdiri dari beberapa langkah. Pertama, sosialisasi dilakukan melalui pertemuan untuk memperkenalkan program pengabdian, menjelaskan tujuan, manfaat, dan harapan. Kedua, dilakukan pelatihan tentang penerapan teknologi digital dalam pemasaran produk, mencakup penggunaan media sosial, pembuatan situs web sederhana, dan teknik fotografi produk. Langkah ketiga adalah penerapan teknologi digital dalam pemasaran produk, dengan memberikan bimbingan teknis dalam membuat akun media sosial dan mengelola situs web. Selanjutnya, dilakukan pendampingan selama proses penerapan teknologi, dengan memberikan bantuan dalam mengatasi hambatan, memberikan umpan balik, dan melakukan evaluasi terhadap kemajuan yang dicapai. Evaluasi ini bertujuan untuk menentukan efektivitas strategi yang diterapkan dan area-area yang perlu diperbaiki. Terakhir, langkah kelima adalah membangun kapasitas pengrajin sutra untuk mandiri dalam menggunakan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka, dengan menyusun panduan atau sumber daya yang dapat diakses secara mandiri dan menyediakan dukungan teknis jangka panjang. Sehingga dapat dirumuskan dalam Kerangka konseptual dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Strategi Implementasi Teknologi Digital dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Pengrajin Tenun Sutra Cura' Labba',  
Sumber: Elaborasi penulis

Kelompok Pengrajin Tenun Cura' Labba' terletak di Campagya, Desa Taeng, Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa, Sulawesi-Selatan. Mereka terdiri dari 12 ahli tenun sutra tradisional. Permasalahan utama mereka adalah dalam pemasaran dan produksi. Dalam pemasaran, kesulitan mereka

terutama berkaitan dengan penetrasi pasar yang luas karena kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital dan akses terbatas terhadap teknologi. Dalam produksi, tantangan mereka termasuk efisiensi, kualitas, dan ketersediaan bahan baku. Pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi digital diharapkan dapat mengatasi permasalahan-permasalahan ini. Bagan Kegiatan:



**Gambar 2.** Bagan Kegiatan

Berikut adalah langkah-langkah pelaksanaan kegiatan:

### 1. Pra Kegiatan

Sebelum memulai kegiatan, dilakukan persiapan dan perencanaan yang matang. Tim pengabdian akan melakukan koordinasi dengan Kelompok Pengrajin Tenun Cura' Labba' untuk menetapkan jadwal, menyiapkan materi pelatihan, dan mempersiapkan sarana serta prasarana yang diperlukan.

### 2. Kegiatan

Berikut adalah jadwal kegiatan pengabdian, seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan	Materi	Pemateri
09.00-10.30	Sosialisasi Program	Perkenalan program, tujuan, manfaat	Tim Pengabdian
10.30-12.00	Pelatihan Media Sosial	Penggunaan media sosial untuk pemasaran produk	Ahli Pemasaran Digital
13.00-15.00	Pelatihan Pembuatan Situs Web	Pembuatan situs web sederhana untuk pemasaran produk	Ahli Desain Web
15.00-16.30	Pelatihan Teknik Fotografi Produk	Teknik fotografi produk untuk pemasaran online	Fotografer Profesional

### 3. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi Saat Kegiatan: Dilakukan menggunakan angket evaluasi yang diberikan kepada peserta setelah setiap sesi pelatihan. Angket tersebut akan mencakup pertanyaan tentang pemahaman materi, kepuasan terhadap penyampaian materi, dan saran untuk perbaikan. Evaluasi Pasca Kegiatan (Khusus Kegiatan Lapangan): Dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pengrajin sutra Cura' Labba' beberapa waktu setelah pelatihan selesai. Evaluasi ini akan mengevaluasi sejauh mana pengrajin telah mengimplementasikan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka dan mengidentifikasi hambatan atau kesulitan yang masih dihadapi.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh Kelompok Pengrajin Tenun Cura' Labba', sejumlah solusi telah dirancang dalam kegiatan. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses ke pasar. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan mencakup pembuatan situs web yang menarik dan informatif untuk memperluas jangkauan pasar produk Sutra Cura' Labba'. Selain itu, pelatihan intensif tentang pemasaran digital akan diadakan, termasuk penggunaan media sosial, iklan online, dan optimisasi mesin pencari (SEO), agar produk-produk tersebut lebih mudah ditemukan secara online. Kolaborasi dengan platform e-commerce juga akan didorong untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran modern juga menjadi perhatian. Untuk mengatasi hal ini, pelatihan dan workshop tentang konsep dasar pemasaran, branding, dan strategi pemasaran online akan diselenggarakan. Selain itu, konsultasi individu akan diberikan kepada pengrajin sutra untuk membantu mereka merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar mereka. Materi panduan atau tutorial juga akan disediakan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang langkah-langkah pemasaran yang praktis dan mudah dipahami.

Kualitas produk yang kurang memuaskan juga perlu diperbaiki. Untuk meningkatkan kualitas produk, pengrajin sutra akan mendapatkan pelatihan keterampilan teknis seperti teknik tenun, pemilihan bahan, dan finishing produk. Selain itu, bimbingan dalam desain produk yang menarik dan inovatif akan diberikan, sesuai dengan tren pasar dan preferensi konsumen. Penggunaan teknologi produksi modern seperti mesin tenun otomatis atau perangkat lunak desain juga akan diperkenalkan untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk. Dengan menerapkan serangkaian solusi ini, diharapkan pengrajin sutra Cura' Labba' dapat meningkatkan kemampuan pemasaran dan produksi mereka serta bersaing secara lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.

## 1. Pra Kegiatan

Pada tahap pra kegiatan, tim pengabdian melaksanakan persiapan yang sangat penting untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Koordinasi dengan Kelompok Pengrajin Tenun Cura' Labba':
  - 1) Menetapkan jadwal kegiatan yang disepakati bersama.
  - 2) Mengidentifikasi kebutuhan dan harapan dari para pengrajin terkait pelatihan yang akan diberikan.
  - 3) Mengumpulkan dan menyiapkan materi pelatihan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan.
- b. Persiapan Sarana dan Prasarana:
  - 1) Menyiapkan lokasi pelatihan yang nyaman dan memadai.
  - 2) Mengatur peralatan yang diperlukan, seperti laptop, proyektor, kamera, dan koneksi internet.
  - 3) Membuat dan mengedarkan undangan kepada peserta pelatihan.

## 2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Berikut adalah rincian pelaksanaan:

- a. Sosialisasi Program (09.00-10.30):
  - 1) Materi: Perkenalan program, tujuan, dan manfaat kegiatan.
  - 2) Pemateri: Tim Pengabdian.
  - 3) Hasil: Para peserta mendapatkan pemahaman yang jelas mengenai tujuan pelatihan dan manfaat yang diharapkan. Mereka juga merasa lebih termotivasi dan antusias untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.
- b. Pelatihan Media Sosial (10.30-12.00):
  - 1) Materi: Penggunaan media sosial untuk pemasaran produk.
  - 2) Pemateri: Ahli Pemasaran Digital.
  - 3) Hasil: Peserta memperoleh pengetahuan tentang cara menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memasarkan produk tenun mereka. Mereka belajar membuat konten menarik dan strategi pemasaran yang efektif di media sosial.
- c. Pelatihan Pembuatan Situs Web (13.00-15.00):
  - 1) Materi: Pembuatan situs web sederhana untuk pemasaran produk.
  - 2) Pemateri: Ahli Desain Web.
  - 3) Hasil: Para peserta berhasil membuat situs web sederhana menggunakan platform seperti WordPress atau Wix. Mereka memahami dasar-dasar pembuatan situs web dan cara mengelola konten untuk menarik pelanggan.

d. Pelatihan Teknik Fotografi Produk (15.00-16.30):

- 1) Materi: Teknik fotografi produk untuk pemasaran online.
- 2) Pemateri: Fotografer Profesional.
- 3) Hasil: Peserta diajarkan teknik dasar fotografi produk, termasuk pencahayaan, komposisi, dan pengeditan foto. Mereka dapat menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional untuk diposting di media sosial dan situs web.

### 3. Evaluasi Kegiatan

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, dilakukan evaluasi untuk menilai efektivitas pelatihan. Metode evaluasi meliputi:

a. Kuesioner

- 1) Para peserta mengisi kuesioner untuk memberikan feedback mengenai materi, pemateri, dan manfaat yang diperoleh dari pelatihan.
- 2) Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas dengan pelatihan yang diberikan dan merasa mendapatkan pengetahuan baru yang bermanfaat.

b. Observasi Langsung

- 1) Tim pengabdian melakukan observasi selama pelatihan untuk menilai partisipasi dan keterlibatan peserta.
- 2) Observasi menunjukkan bahwa peserta aktif berpartisipasi dan menunjukkan minat yang tinggi terhadap materi yang disampaikan.

c. Diskusi Kelompok

- 1) Sesi diskusi dilakukan untuk mendengar langsung masukan dan saran dari peserta.
- 2) Diskusi ini membantu tim pengabdian untuk memahami kebutuhan lebih lanjut dan memberikan rekomendasi untuk pelatihan lanjutan atau perbaikan di masa depan.

Selama pelaksanaan kegiatan, monitoring dilakukan melalui wawancara dan observasi. Tim pengabdian akan melakukan wawancara dengan para pengrajin sutra untuk mendapatkan masukan langsung tentang pemahaman mereka terhadap materi pelatihan, keterampilan yang mereka peroleh, serta hambatan atau kesulitan yang mereka hadapi dalam menerapkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka. Observasi juga dilakukan untuk mengamati secara langsung interaksi antara pengrajin sutra dengan materi pelatihan, serta untuk melihat langsung penerapan teknologi digital yang telah dipelajari dalam kegiatan sehari-hari mereka. Selain itu, evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan tes atau angket yang diberikan kepada peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Angket tersebut akan mencakup pertanyaan tentang pemahaman mereka sebelum pelatihan

dimulai dan seberapa banyak pengetahuan baru yang mereka peroleh setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, mereka juga akan diminta untuk menilai kepuasan mereka terhadap penyampaian materi pelatihan dan kualitas pelatihan secara keseluruhan. Hasil angket akan dianalisis untuk mengukur persentase peningkatan pengetahuan atau keterampilan yang terjadi sebelum dan sesudah kegiatan. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan dapat terukur secara jelas peningkatan yang terjadi pada peserta setelah mengikuti pelatihan, sehingga dapat diidentifikasi sejauh mana keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengrajin sutra dalam memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka. Berikut adalah tabel evaluasi pasca kegiatan, seperti terlihat pada Tabel 2.

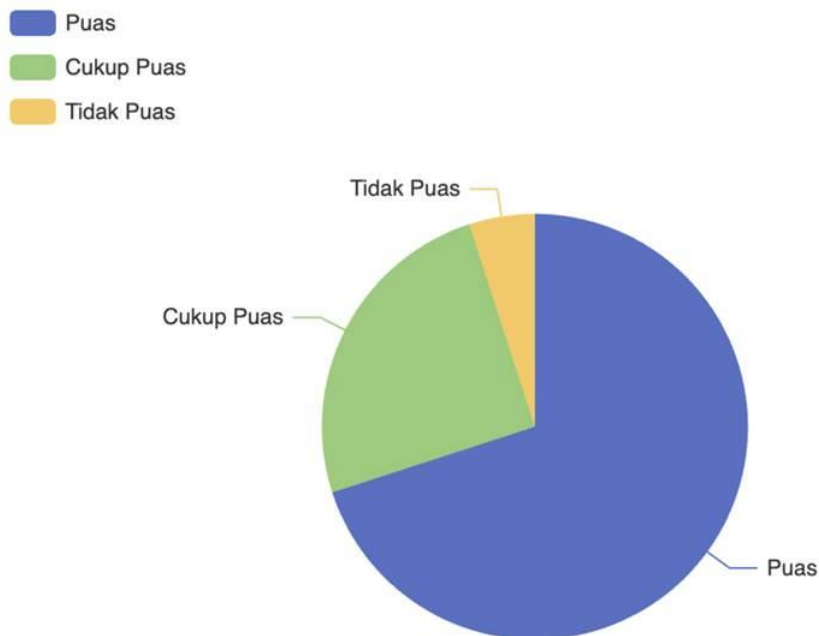
**Tabel 2.** Tabel Evaluasi pasca kegiatan

<b>Aspek Evaluasi</b>	<b>Metode Evaluasi</b>	<b>Penjelasan</b>
Pemahaman Materi	Angket	Angket akan diberikan kepada peserta untuk menilai sejauh mana mereka memahami materi pelatihan setelah kegiatan berlangsung.
Peningkatan Keterampilan	Wawancara	Wawancara individu akan dilakukan dengan pengrajin sutra untuk mengevaluasi apakah mereka telah meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk.
Penerapan dalam Praktik	Observasi	Observasi akan dilakukan untuk mengamati langsung apakah pengrajin sutra telah menerapkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka setelah pelatihan berakhir.
Kepuasan Peserta	Angket	Angket akan digunakan untuk menilai tingkat kepuasan peserta terhadap kualitas materi pelatihan, penyampaian, dan dukungan yang diberikan oleh tim pengabdian.
Kesulitan yang Dialami	Wawancara	Wawancara akan dilakukan untuk mengidentifikasi hambatan atau kesulitan apa pun yang dihadapi oleh pengrajin sutra dalam menerapkan teknologi digital setelah pelatihan.

Evaluasi dilakukan melalui angket yang memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengekspresikan tingkat pemahaman mereka terhadap materi pelatihan setelah kegiatan berlangsung. Wawancara individu akan dilakukan untuk mendapatkan gambaran lebih mendalam tentang peningkatan keterampilan pengrajin sutra dalam memanfaatkan teknologi digital setelah mengikuti pelatihan. Observasi langsung akan dilakukan untuk melihat apakah pengrajin sutra telah menerapkan teknologi digital dalam praktik pemasaran produk mereka setelah pelatihan selesai. Angket akan digunakan untuk menilai sejauh mana peserta puas dengan kualitas materi pelatihan, penyampaian, dan dukungan yang diberikan oleh tim pengabdian. Melalui wawancara, akan diidentifikasi

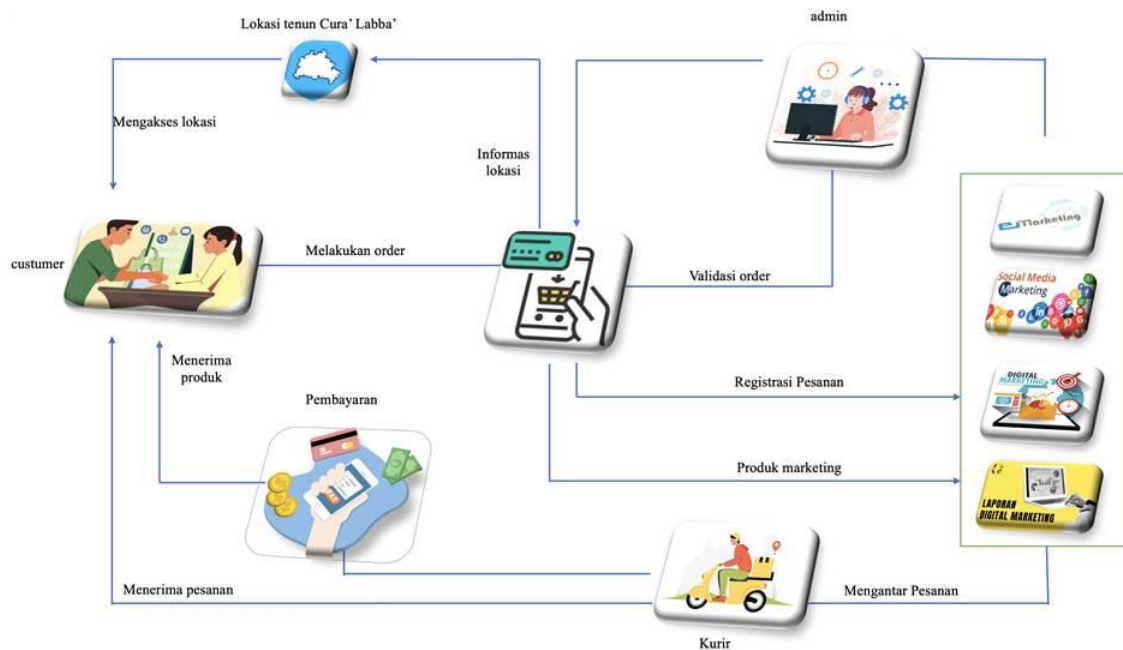


hambatan atau kesulitan apa pun yang dihadapi oleh pengrajin sutra dalam menerapkan teknologi digital setelah pelatihan, sehingga dapat memberikan bantuan lebih lanjut jika diperlukan. Dalam diagram berikut, hasil penilaian tingkat kepuasan responden terhadap kegiatan evaluasi disajikan. Responden sebanyak 100 orang, dan tingkat kepuasan dibagi menjadi tiga kategori: Puas, Cukup Puas, dan Tidak Puas. Berikut adalah tingkat kepuasan responden, seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Tingkat Kepuasan Responden

Dari diagram tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden, yaitu sekitar 70%, merasa puas dengan kegiatan evaluasi yang dilakukan. Sekitar 25% merasa cukup puas, sementara hanya sekitar 5% yang merasa tidak puas. Ini menunjukkan bahwa kegiatan evaluasi mendapat respon positif secara umum dari responden. Adapun teknologi digital pemasaran sutra cura' labba' dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Teknologi digital pemasaran sutra cura' labba'

Selama pelaksanaan, beberapa kendala atau masalah yang terjadi adalah sebagai berikut: (1) Keterbatasan Akses Teknologi: Beberapa pengrajin sutra menghadapi keterbatasan dalam akses dan pemahaman terhadap teknologi digital yang diperlukan untuk pemasaran produk mereka. Solusi untuk mengatasi hal ini adalah dengan menyediakan pelatihan tambahan secara individual atau kelompok kecil bagi mereka yang membutuhkan bantuan ekstra dalam memahami dan mengimplementasikan teknologi digital; (2) Resistensi Terhadap Perubahan: Sebagian pengrajin sutra mengalami resistensi terhadap perubahan, terutama dalam mengadopsi teknologi digital yang baru bagi mereka. Penting untuk memberikan pemahaman yang cukup tentang manfaat dan relevansi teknologi digital dalam meningkatkan pemasaran produk mereka. Mendorong partisipasi aktif dan memberikan contoh konkret tentang keberhasilan penggunaan teknologi digital oleh pengrajin lain juga dapat membantu mengurangi resistensi tersebut; dan (3) Keterbatasan Sumber Daya: Kelompok pengrajin mengalami keterbatasan sumber daya seperti waktu, tenaga, dan dana untuk mengimplementasikan semua solusi yang ditawarkan. Solusi untuk mengatasi hal ini adalah dengan memberikan bantuan dalam mencari atau mengalokasikan sumber daya tambahan, baik dari pemerintah, lembaga donor, atau mitra lainnya. Selain itu, pembuatan rencana kerja yang realistis dan terukur juga dapat membantu pengrajin untuk mengelola sumber daya yang ada secara lebih efektif.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi digital telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengrajin sutra Cura' Labba' dalam memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk. Evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan, terutama dalam softskill dan hardskill, dengan progres mencapai 30%. Peningkatan nilai ekonomis produk juga mencapai 40% setelah penerapan strategi ini. Untuk menjaga momentum dan hasil yang telah dicapai, perlu dilakukan dukungan teknis dan pelatihan berkala kepada pengrajin sutra serta evaluasi periodik terhadap efektivitas strategi yang diterapkan. Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk mengeksplorasi dampak teknologi digital dalam meningkatkan pemasaran produk kerajinan tradisional di berbagai konteks lokal. Pengabdian terapan juga dapat diperluas ke bidang lain untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di tingkat lokal atau regional. Dengan demikian, pengrajin sutra Cura' Labba' dan komunitas sejenisnya akan semakin mampu beradaptasi dengan perubahan zaman dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin terdigitalisasi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas pembiayaan yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan, dukungan finansial yang diberikan untuk melaksanakan program ini dengan lancar dan sukses. Komitmen Kementerian dalam mendukung pengembangan kemampuan dan potensi masyarakat, terutama dalam memperkuat sektor kerajinan tradisional. Dengan adanya dukungan ini, kami dapat membantu pengrajin sutra Cura' Labba' untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka. Semoga kerja sama yang baik ini dapat terus berlanjut di masa mendatang untuk mendukung perkembangan lebih lanjut dalam bidang pendidikan, kebudayaan, riset, dan teknologi di Indonesia. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi pengrajin sutra Cura' Labba' dan masyarakat luas.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Alexander, A. and Rimadiaz, S. (2024) 'Penguatan Pemasaran Digital Pada Usaha Healthful Nest Di Pasar Modern Paramount Gading Serpong', *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(1). Halaman 44, Available at: <https://doi.org/10.59025/js.v3i1.190>.
- Ara, E., Tucker, H. and Coetzee, W.J.L. (2022) 'Handicrafts-enacted: Emplacing non-human agency in ethnic tourism', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50. Volume 50, March 2022, Pages 345-354, Halaman 347, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.008>.

- Arifhan Ady DJ, Muhammad Shaleh Z and Hamsyah (2022) 'Pengaruh Knowledge Management, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Pengrajin Sarung Sutra Mandar Di Kabupaten Polewali Mandar', *Mandar: Management Development and Applied Research Journal*, 5(1). Halaman 215, Available at: <https://doi.org/10.31605/mandar.v5i1.2193>.
- Ely Sharon, H. *et al.* (2024) 'Pendampingan Usaha Mikro: Peran Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan Produk Perawatan Rambut', *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1). Halaman 20, Available at: <https://doi.org/10.30656/ka.v6i1.6628>.
- Husen, A. (2024) 'Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing', *Journal Of Social Science Research*, 2(5). Halaman 1357.
- Kusuma, J.W., Maliki, B.I. and Fatoni, M. (2020) 'Peran Pendidikan Dalam Menyiapkan Bisnis Tradisional Memasuki Era Digital', *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 7(1). Halaman 40, Available at: <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v7i1.57>.
- Maharani, A.J. and Setiawati, S.D. (2024) 'Penggunaan Storytelling dalam Pemasaran Digital Pelaku UKM Perempuan', *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(1). Halaman 266, Available at: <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i1.14836>.
- Natania, A.T. and Dwijayanti, R. (2024) 'Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), Halaman 2, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1).
- Oktafia, L. *et al.* (2024) 'Pelatihan Pembuatan dan Pemasaran Digital Briket Limbah Sekam Di Desa Punggul, Sidoarjo', *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 5(1). Halaman 2, Available at: <https://doi.org/10.26740/abi.v5n1.p1-8>.
- Panjalu, J.F., Muslikhah, R.R.S. and Utami, T.L.W. (2024) 'Pemasaran Digital untuk Branding dalam Pengembangan UMKM di Indonesia', *Jurnal Informatika Komputer, Bisnis dan Manajemen*, 22(1). Halaman 69, Available at: <https://doi.org/10.61805/fahma.v22i1.109>.
- Pinontoan, N.A. and Ramadhona, C.F. (2024) 'Optimasi Pemasaran Digital Dan Media Sosial Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Ngargoretno', *Journal Of Human And Education (JAHE ... [Preprint]. Volume 4, No. 2, Tahun 2024, pp 15-19, Halaman 16.*
- Pramartha, I.M.A., I Putu Gde Chandra Artha Aryasa and Anak Agung Istri Krisna Gangga Dewi (2024) 'Optimalisasi Pembukuan dan Pemasaran Berbasis Digital Kelompok Industri Kecil Menengah Pengrajin Perak di Desa Batubulan', *International Journal of Community Service Learning*, 7(3). Halaman 310, Available at: <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i3.65047>.
- Putra, I., Bayu, G.W. and ... (2024) 'Modul Ajar Digital pada Pembelajaran Kerajinan Tangan dan Seni Rupa Berorientasi Diferensiasi Konten untuk Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa', *Jurnal Media dan ... [Preprint]. VOL. 4 NO. 1 (2024), Halaman 3.*
- Sri Yanthy Yosepha and Puji Isyanto (2024) 'Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal Di Era Online', *Jurnal Buana Pengabdian*, 6(1). Halaman 25, Available at: <https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v6i1.6216>.
- Suarantalla, R. and Rizqi, R.M. (2024) 'Penerapan Pemasaran Digital dalam Memfasilitasi Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sumbawa', *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(1). Halaman 506, Available at: <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i1.3566>.
- Sudirman, Fauzan, A. and Mustakim, R.A.W. (2023) 'Implementasi Teknologi Informasi dalam Pemberdayaan Ekonomi Melalui Kerajinan Anyaman Seni Macrame', *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5). Halaman 4123.

- Supri, I.K.S. and Mahrina, H. (2024) ‘... Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Penjualan di Alfamart Siyut Gianyar: Analisa Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Penjualan di Alfamart Siyut ...’, *Study of Applied Marketing Journal*, 1(1). Halaman 14.
- Yuliana, E. and Adriani, A. (2022) ‘Studi Tentang Pewarnaan Alam Batik Studi Kasus Di Rumah Batik Krinok Kecamatan Rantau Pandan Kabupaten Muara Bungo Jambi’, *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(1). Halaman 2, Available at: <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.32889>.