

MANAJEMEN INOVASI DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN TENUN IKAT DESA SELEBUNG DI LOMBOK

¹Sarwani, ²Hastono, ³Kasmad

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen00005@unpam.ac.id](mailto:dosen00005@unpam.ac.id)

Abstrak

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah, Implementasi Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Pemasaran Tenun Ikat Desa Selebung di Lombok. Hal ini sebagai bentuk upaya dalam mengembangkan tempat wisata di Lombok. Pemilihan lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah Karang Taruna Bellova Village, Jl. Raya Selebung- Aik Bukaq Desa Selebung, Kecamatan Batukliang, Kab. Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat, yang sudah memiliki kepedulian untuk memngembangkan pariwisata Nusa Tenggara Barat. Namun hal tersebut masih dirasa kurang, terutama untuk masalah adaptasi dengan pola konsumsi yang masih ada di masyarakat, khususnya di tempat-tempat wisata.

Kata Kunci: Manajemen, Inovasi, Pemasaran

Abstract

The purpose of this Community Service activity is to implement Innovation Management in improving the marketing of woven fabrics in Selebung Village, Lombok. This is done as an effort to develop tourism in Lombok. The chosen location for this Community Service is Karang Taruna Bellova Village, Jl. Raya Selebung-Aik Bukaq, Selebung Village, Batukliang District, Central Lombok Regency, West Nusa Tenggara, which already shows concern for developing tourism in West Nusa Tenggara. However, there is still a perceived lack, especially in terms of adapting to the existing consumption patterns in the community, particularly in tourist destinations.

Keywords: Management, Innovation, Marketing

PENDAHULUAN

Salah satu hal yang turut terancam adalah UMKM yang ada di seluruh penjuru Indonesia, Usaha Mikro Kecil Menengah yang terkait dengan sektor pariwisata juga ikut terkena dampak, menurunnya tingkat wisatawan mengakibatkan produktifitas UMKM terhenti. Banyak UMKM yang gulung tikar akibat tidak mampu bertahan menghadapi perubahan gaya konsumsi yang serba digital. UMKM yang masih mengangkat warisan kebudayaan daerah dengan modal yang kecil cenderung terdampak dengan adanya pandemic COVID-19 yang berkepanjangan ini. Sehingga perlu dilakukan tindakan-tindakan penyelamat agar UMKM yang melestarikan warisan budaya ini tidak gulung tikar dan mampu mengatasi krisis yang ada.

Sebagai destinasi populer di Provinsi Nusa Tenggara, Lombok terkenal akan tiga pulau Gili, spot menyelam yang menawan,

sejumlah pantai terpencil dan Gunung Rinjani. Namun, selain wisata alam yang menarik, Lombok juga merupakan rumah bagi Suku Sasak, suku asli pulau ini yang tinggal di Desa Sade yang berjarak hanya 5 kilometer dari bandara internasional Lombok. Budaya suku Sasak sangatlah berwarna, salah satunya adalah kain tenun tradisionalnya yang tak hanya menawan tetapi juga merupakan warisan budaya yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.



Gambar 1. Rumah Desa Sasak

Kain tenun adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang masih harus dilestarikan, sama halnya seperti batik, kain

tenun merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia yang sudah ada sejak turun-temurun salah satunya di masyarakat Nusa Tenggara. Kain tenun yang terkenal dengan ciri khas yang unik ini masih banyak diproduksi secara tradisional dan menjadi cenderamata yang ditawarkan kepada para wisatawan. Salah satunya seperti yang dijumpai pada Desa Selebung di Lombok. Yang masih giat memproduksi dan melestarikan warisan budaya ini meski keadaan sektor pariwisata tengah melakukan pemulihan yang signifikan.



Gambar 2. Pantai Desa Selebung Lombok

METODE

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu metode group discussion bersama anggota karang taruna dengan menjelaskan materi menggunakan slide power point. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini diantaranya : Tahap pertama yaitu Pemberian Materi Manajemen Inovasi: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran masa kini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Everett M. Rogers Mendefinisikan bahwa inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi. Dalam perusahaan, Manajemen Inovasi diperlukan karena ide-ide segar akan terus lahir di sebuah perusahaan dan menjadi sangat banyak. Keberadaan ide-ide tersebut harus diatur dan disusun secara sistematis agar tidak terjadi kesemrawutan. Inovasi yang harus dijalankan secara sistematis, efisien, dan berkelanjutan ini memerlukan suatu sistem untuk mengatur ide-ide ini agar lebih terstruktur.

UMKM merupakan pilar penting bagi perekonomian Indonesia, dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% dan juga mampu menyerap tenaga kerja yang ada, sehingga dengan memberikan motivasi kepada para pelaku UMKM pada saat pandemi sekarang dapat membantu mereka untuk bangkit kembali. Adapun manfaat UMKM bagi Indonesia sebagai berikut:

Menumbuhkan dan juga membantu mengembangkan kemampuan usaha mikro kecil dan menengah. Agar usahanya dapat terlaksana dengan baik dan dapat dijalankan dengan tangguh dan mandiri.

Meningkatkan adanya pemasukan dan juga struktur perekonomian negara. Karena dengan semakin banyaknya perusahaan serta lapangan kerja. Maka semakin mengurangi kemungkinan tingginya angka pengangguran, dan juga memperbaiki struktur perekonomian serta pemasukan yang dimiliki setiap individu di Indonesia.

Membantu mengurangi jurang kemiskinan dan juga perbedaan pendapatan, serta material yang dimiliki oleh masing-masing individu yang ada di Indonesia.

Memberikan kesempatan. Bagi masyarakat Indonesia yang memiliki kemampuan ataupun skill di berbagai bidang untuk bisa mengembangkan keahlian dan ilmu pengetahuan yang mereka miliki. Sehingga berguna dan juga menjadi sebuah karya yang bermanfaat.

Membantu masyarakat Indonesia untuk bisa memiliki perusahaan ataupun usaha yang diidamkan. Sehingga mereka dapat mengatur, dan juga mengelola peraturan, pendapatan, mendirikan adanya waktu serta efisiensi kerja, sesuai dengan keinginan. Ditambah lagi dengan adanya usaha mikro yang didirikan masyarakat. Maka kesempatan masyarakat Indonesia untuk bisa berkembang dan tidak kalah, dengan adanya warga negara asing yang ada di Indonesia semakin besar.

PENUTUP

1.Yaitu dengan memberikan motivasi yang terbentuk dari dua sumber, diri sendiri dan lingkungan atau faktor internal dan faktor eksternal. Di antara keduanya, motivasi terkuat adalah yang berasal dari diri sendiri. Kemauan untuk melakukan

sesuatu bukan hanya berdasar pada faktor eksternal seperti imbalan atau pujian, melainkan muncul karena seseorang benar-benar ingin melakukan suatu tindakan. Tanpa adanya dorongan dari luar sekalipun, ia akan tetap terus berusaha demi mencapai tujuan yang diinginkan. Manfaatnya yaitu dengan diadakannya pelatihan ini ialah untuk membangkitkan motivasi pelaku UMKM menuju terwujudnya pelaku UMKM yang kreatif dan terampil, meningkatkan pendapatan UMKM sehingga terciptanya kesejahteraan, meningkatkan keinginan berinovasi dalam mencari peluang baru serta meningkatkan rasa optimis dan berdaya saing tinggi.

2.Yaitu dengan cara memaksimalkan pernana UMKM di Desa Selebung, Kecamatan Batukliang, Kab. Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat sehingga hal tersebut akan membantu warganya untuk meningkatkan pendapatannya dan membuat warganya juga sejahtera.

3.Yaitu dengan cara menumbuhkan dan juga membantu mengembangkan kemampuan UMKM. Karena dengan semakin banyaknya UMKM dapat membuka lapangan kerja, maka semakin mengurangi kemungkinan tingginya angka pengangguran, dan juga memperbaiki struktur perekonomian serta pemasukan yang dimiliki setiap individu di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, M., Sahroni, S., Sutoro, M., Mukrodi, M., & Krisyanto, E. (2020). Membangun Spirit Kewirausahaan sebagai Langkah Positif di Masa Pandemi pada Kelompok PKK Kel. Cipinang Melayu. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 418-423.
- Goldsmith, R. E., & Flynn, L. R. (2004). Psychological and behavioral drivers of online clothing purchase. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.
- Hasibuan, S.P. Malayu. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Laudon, K. C. (2008). *E-commerce: business, technology*. Pearson India.
- Mubarok, A., Sahroni, S., & Sunanto, S. (2021). Uji Mann Whitney Dalam Komparasi Hasil Bimbingan Praktik Kewirausahaan Mahasiswa Antara Dosen Laki-Laki Dan Perempuan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 9-15.
- Sahroni, S., Susanto, S., Sutoro, M., Mukrodi, M., & Apriansyah, M. (2020). Penumbuhan Wirausaha Baru Pada Majelis Da'wah Al'adni. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Sahroni, S., Krisyanto, E., Ganar, Y. B., Mukrodi, M., & Dinantara, M. D. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Dalam Mempersiapkan Wirausaha-Wirausaha Baru Di Pkbn Nurul Qolbi Kota Bekasi-Jawa Barat. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Sutrisno, Edy. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana: Prenadamedia Group.