Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059 **Vol 7 No 6 Tahun 2026**
Cahaya Ilmu Bangsa

PENGEMBANGAN PENJUALAN WAYANG KULIT MELALUI PLATFROM E- COMMERCE DALAM UPAYA PELESTARIAN BUDAYA LOKAL

Nella Julyarti[1], Lucyana[2], Miftahul Alvito Dea Nofa[3], Alya febrika[4], Ardiyanto[5]

Program Bahasa dan Satra Indonesia[1], Teknik sipil[25], Ilmu Komunikasi[3], Manajemen[4]
Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan[1], Fakultas Teknik dan komputer[25],
Fakultas Ilmu Sosial, Politik dan Hukum[3], Fakultas Ekonomi dan Bisnis[4]

Email : *Julyartinella@gmail.com[1]*, *lucycivil76@gmail.com[2]*, *deanofaalvitto@gamil.com[3]*
alyafebrika307@gmail.com[4], *ardiyantoardi817@gmail.com[5]*

Universitas Baturaja

ABSTRAK

Wayang kulit merupakan warisan budaya lokal yang memiliki nilai budaya,Pendidikan,dan filosofis,namun di era globalisasi ini wayang memiliki tantangan dalam pelestarian dan pemasaran.kegiatan pengabdian Masyarakat ini untuk mengembangkan penjualan wayang kulit melalui platfroom e-commerce sebagai Upaya pelestarian budaya lokal.metode yang digunakan Adalah metode partisipatif dengan berbasis pendampingan yang melibatkan pengrajin wayang dalam setiap kegiatan.kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan video profile wayang untuk promosi media sosial,pembinaan pembuatan dan pengelolaan akun penjualan onine melalui platfroom shopee,serta membuat tempat pemekingan yang terbuat dari kayu untuk pengiriman wayang yang dipesanan secara online.hasil kegiatan menunjukan bahwa pengrajin mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan sehingga penjualan dapat lebih luas lagi dan identitas usaha semakin kuat.kegiatan ini berkontribusi meningkatkan penjualan sekaligus mendukung pelestarian budaya lokal melalui teknologi digital.

Kata Kunci : wayang kulit,budaya lokal,media sosial,e-commerce.

ABSTRACT

Wayang kulit is a local cultural heritage that has cultural, educational, and philosophical values, but in this era of globalization, wayang has challenges in preservation and marketing. This community service activity is to develop sales of wayang kulit through e-commerce platforms as an effort to preserve local culture. The method used is a participatory method based on mentoring that involves wayang craftsmen in every activity. The activities carried out include making wayang profile videos for social media

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism Checker No 234.KK.443
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

promotions, coaching the creation and management of online sales accounts through the shopee platform, and making wooden pekeking places for shipping wayang ordered online. The results of the activity show that craftsmen are able to utilize social media as a means of promotion and sales so that sales can be wider and business identity is stronger. This activity contributes to increasing sales while supporting the preservation of local culture through digital technology.

***Keywords**: wayang kulit, local culture, social media, e-commerce.*

PENDAHULUAN

Wayang kulit merupakan salah satu bentuk seni tradisional di Indonesia yang mengandung bayak nilai seperti nilai budaya, Pendidikan serta filosofis.Wayang tidak hanya dijadikan sebagai sarana hiburan saja melainkan sebagai sarana penyampaian nilai-nilai kehidupan dan menjadi kearifan lokal yang dapat diwariskan secara turun-temurun.Keberadaan wayang kulit sebagai warisan budaya perlu dilestarikan, mengingat wayang adalah salah satu media penyampai informasi dalam kehidupan Masyarakat (Suswandari,2018).

Ditengah arus globalisasi ini kesenian wayang kulit ini memiliki banyak tantangan dalam pelestariananya serta keterbatasan dalam pemasaran produk wayang yang masih bersifat manual dengan jangkauan yang terbatas.Globalisasi ini memberi tantangan pada perkembangan budaya di Indonesia (Irianto:2016).

Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi pengrajin wayang kulit untuk menjangkau lebih bayak lagi pembeli tanpa di Batasi oleh wilayah geografi (Nugraha;2023).E-commerce memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pengembangan usaha kecil ataupun menengah(UMKM), termaksud pengrajin wayang kulit yang dapat memasarkan produk wayang kulitnya melalui pemasaran digital agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan beragam sehingga dapat membantu memulihkan dan meningkatkan ekonomi.

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini berfokus pada pengembangan penjualan wayang kulit melalui platfrom e-commerce dalam upaya mengembangkan pelestarian budaya lokal.Bentuk kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan video profil wayang yang menampilkan proses pembutan wayang, serta keunikan produk untuk diunggah ke media sosial untuk dipromosikan dan menjadi media edukasi budaya.Selain itu, dilakukan pembinaan dan pendampingan dalam membuat dan mengelolah akun penjualan online melalui platfrom shopee agar pengrajin dapat memasarkan produk secara lebih luas lagi.

Sebagai Upaya mengamankan produk wayang pada proses pengiriam, kegiatan ini juga mencakup pembuatan pemekingan wayang yang terbuat dari kayu yang berfungsi sebagai pengamanan produk agar sampai kepada konsumen dengan keadaan yang baik dan benar tanpa ada kerusakan sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh penjual.Melalui kegiatan ini diharapkan pengrajin wayang dapat meningkatkan penjualan wayang dengan memperluas jangkauan penjualan serta dapat melestarikan budaya lokal dengan memanfaatkan teknologi digital.

METODE

Metode yang digunakan dalam jurnal pengabdian ini Adalah metode partisipatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh Mahasiswa (Siswadi & syaifuddin :2024) dengan berbasis pendampingan.Metode ini melibatkan pengrajin wayang dalam setiap tahapan kegiatannya mulai dari perencanaan hingga evaluasi, hingga kegitan ini masih bisa terus dilakukan secara berkelanjutan.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan Adalah sebagai berikut:

Tempat	:	Dusun rejomulyo,baturaden,blok p2,rt 06/rw.01
Waktu pelaksanaan kegiatan	:	Sabtu dan minggu, 31 januari S/d 1 februari 2026

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini:

1. Survei tempat pelaksanaan kegiatan

Tahap awal melalukan survey Lokasi tempat produksi dan penjualan wayang.dengan tujuan untuk mengetahui kondisi usaha pemasaran serta potensi pengembangan pemasaran berbasis digital.selain itu melakukan wawancara singkat dengan pengrajin untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan yang berkaitan dengan promosi dan juga penjualan.

2. Persiapan sarana dan prasarana

Tahap sarana dan prasarana yang diperlukan dalam kegiatan. Persiapan ini meliputi peralatan perekaman video untuk membuat video profile wayang,Perangkat pendukung untuk mengolah akun penjualan online pada platfroom shopee,serta bahan dan desain untuk pembuatan tempat pemekingan wayang yang akan dikirim melalui pemesanan online.Persiapan ini dilakukan agar kegiatan berjalan dengan lancar sesuai dengan kebutuhan mitra.

3. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara langsung Bersama pengrajin wayang kegiatan meliputi pembuatan video profile yang menampilkan proses pembuatan wayang,hasil produk serta nilai budaya yang ada didalam nya untuk diunggah ke media sosial,sebagai media promosi.selain itu,dilakukan pembinaan pembuatan akun penjualan online di platfroom shopee,mulai dari pendaftran akun,penggungahan produk,penulisan deskripsi,hingga pengolahan pesanan.kegiatan ini juga mencakup pembuatan tempat pemekingan wayang yang akan dikirim melalui pemesanan online agar pesan sampai dengan selamat ditangan konsumen.

4. Materi pembinaan dan penyuluhan kegiatan

Materi pembinaan dan penyuluhan difokuskan kepada pemahaman pengrajin mengenai pemasaran digital.materi yang diberikan meliputi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi strategi dasar pejualan online melalui platfroom shopee serta pentingnya pengemasan yang aman untuk pengiriman.penyampaian materi yang dilakukan secara langsung agar dapat mudah dipahami dan diterapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegitan pengembangan penjualan wayang kulit melalui platform e-commerce berjalan dengan baik sehingga pendampingan yang dilakuakn oleh mahasiswa kkn dapat berjalan dengan lancar sehingga dapat bekerja sama dengan pengrajin wayang kulit"bapak Hendro"dengan baik.Bapak hendro sangat bersemangat menyambut kegiatan pendampingan yang diberikan oleh mahasiswa kkn.pendampingan ini dapat dikatakan sudah berhasil karna adanya akun penjualan online yang dibuat oleh pengrajin wayang dengan di dampingi langsung mahasiswa kkn.

Materi yang diberikan mengenai pemanfaatan media online sebagai media promosi wayang kulit.Materi ini berisi media sosial yang dapat menjadi alat yang efektif untuk mendukung promosi berbagai produk (Ramadiansyah & Pratiwi, 2024).Termasuk wayang kulit yang dibuat oleh"Bapak Hendro".platfrom ini berupa tiktok, Instagram, dan juga facebook, serta shopee yang digunakan untuk penjualan onlinenya.

Kegiatan pembuatan video profile wayang berhasil menjadi media promosi yang telah diunggah di media sosial keberadaan video ini dapat membantu menarik daya Tarik produk wayang serta memperkuat citra usaha sebagai bagian dari pelestarian budaya.kemudian melalui pembinaan pembuatan akun shopee,pengrajin telah memiliki akun penjualan yang aktif dan mampu mengelola akun sendiri.pengrajin dapat memahami cara pendaftaran akun pengunggahan produk, penulisan deskripsi,penetapan harga,serta pengolahan pesanan.pemanfaatan platfroom ini membuka peluang bagi pengrajin untuk menjangkau costumer tanpa Batasan wilayah.

Selain itu,membuatan tempat pemekingan wayang yang dibuat dari kayu dengan tujuan untuk keamanan proses pengiriman wayang yang di kirim dari jarak jauh agar pengiriman aman dan selamat sampai ke tangan konsumen tanpa ada kerusakan sedikitpun sehingga konsumen mersa puas dan memberikan penilaian yang baik kepada produk wayang yang dibelinya, dengan demikian penjual akan mendapatkan nilai plus baik dari produk yang dibuat ataupun tokoh penjualannya

Secara menyeluruh kegiata pengabdian ini berhasil meningkatkan pengetahuan pengrajin dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran.hasil kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak pada promosi dan penjualan tetapi juga dapat mendukung pelestarian budaya dengan memalui pengenalan wayang secara luas di media sosial.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat dalam pengembangan penjualan wayang kulit melalui platfroom e-commerce telah berhasil memberikan pengetahuan dan keterampilan pada pengrajin wayang kulit dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan.pembuatan video profile,pembinaan pembuatan akun penjualan online melalui platfroom shopee serta pembuatan tempat pemekiangan untuk keamanan produk pada proses pengiriman, selain itu kegiatan ini juga dapat mendukung pelestarian budaya lokal dengan memanfaatkan teknologi digital.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059 **Vol 7 No 6 Tahun 2026**
Cahaya Ilmu Bangsa

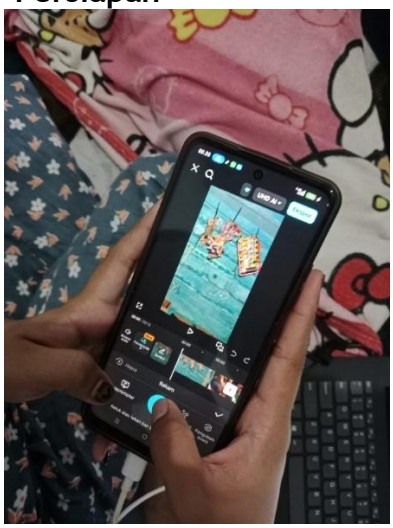
DOKUMENTASI



1. Survei tempat



2. Persiapan



Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059 **Vol 7 No 6 Tahun 2026**
Cahaya Ilmu Bangsa



3. **Pelaksanaan pembuatan video**





4. Pendampingan pembuatan akun



5. Pembuatan tempat pemekingan

DAFTAR PUSTAKA

Irianto. (2016). *Komodifikasi budaya di era ekonomi global terhadap kearifan lokal: Studi kasus eksistensi industry pariwisata dan kesenian tradisional di Jawa Tengah*. Jurnal THEOLOGIA, 27(1).

Nugraha. (2023). *Implementasi model Marketing 5.0 pada pertunjukan wayang kulit di era digital*. Jurnal of Financial dan Islamic Banking, 1(2).

Ramadiansyah, S. A., & Pratiwi, N. I. (2024). *Pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat promosi produk UMKM di Desa Sibang Gede Abiansemal Bali*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(2), 2694–2701. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3330

Siswadi, & Syaifuddin. (2024). *Penelitian tindakan partisipatif metode PAR (Participatory Action Research): Tantangan dan peluang dalam pemberdayaan komunitas*. Jurnal Institute Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan, 19(02).

Suswandari. (2018). *Eksistensi wayang suket sebagai identitas budaya kota santri*. Journal of Language Education, Literature, and Local Culture, 3(1), 12–18.