

PEMANFAATAN PERCA MENJADI BARANG BERNILAI JUAL DI DUSUN LEMAHIRENG, DESA KALIGAWA, KLATEN

Nurmiyati.,S.Pd., M.Si¹, Dr. Muzzazinah.,M.Si², Alanindra Saputra.,S.Pd.,M.Sc³

^{1,2,3} Prodi Pendidikan Biologi FKIP UNS

Jl. Ir. Sutami 36 A Ketingan Surakarta 57126

nurmiyati@staff.uns.ac.id, yayin_pbio@fkip.uns.ac.id, alanindra@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

Masyarakat Dusun Lemahireng memanfaatkan kain perca menjadi produk yang memiliki nilai jual melalui usaha kerajinan keset kain perca. Keset yang dihasilkan masih sederhana baik dalam bentuk, motif maupun kombinasi warnanya. Pengemasan hasil produksi masih sederhana, tidak ada sistem pengemasan yang bagus, produk sebatas di tali per kodi. Kualitas keset yang dihasilkan perlu ditingkatkan agar mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran. Penjualan produk dilakukan dengan menjual kepada para tengkulak yang datang secara berkala.

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan, yang terbagi terbagi dalam tiga tahapan: 1). Sosialisasi; 2). Pelaksanaan Kegiatan: a. Pelatihan diversifikasi produk, b. Pelatihan pengemasan produk, c. Pengenalan digital marketing; dan 3). Monitoring dan Evaluasi.

Peserta mendapatkan tambahan wawasan dan pengetahuan terkait dengan diversifikasi produk kerajinan keset berbahan kain perca, pemanfaatan sosial media sebagai alternatif pemasaran produk, pentingnya branding dan kemasan terhadap produk yang dihasilkan.

Motivasi mitra untuk mengembangkan usaha kerajinan keset terlihat ada peningkatan, keinginan untuk menunjukkan identitas produk melalui branding mulai muncul. Usaha untuk memperluas pasar melalui penjualan online juga mulai dilakukan oleh anggota mitra.

Pendampingan berkelanjutan dilakukan untuk menjaga konsistensi usaha dan untuk membantu mengatasi beberapa kendala yang mungkin muncul dalam perjalanan usaha mitra.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat, keset perca, diversifikasi produk, kemasan, labeling, digital marketing

ABSTRACT

Lemahireng Villagers have been using patchwork fabric to make products with added value through patchwork doormat business. The mat was still plain both in form, motif and color combination. The packaging was still simple, and no good packaging system has been implemented, the product was only strung in a bundle of 20. The quality of the mats have to be improved to compete with similar products on the market. The mats were sold to middlemen who come regularly.

This Community Service Program was aimed to empower the community through training and assistance. The program was divided into three stages: 1). Socialization; 2). Implementation of Activities: a. Product diversification training, b. Product packaging training, c. Introduction to digital marketing; and 3). Monitoring and Evaluation.

The participants got insights and knowledge related to diversification of doormats made from patchwork, utilizing social media for product marketing, and the importance of branding and packaging.

Their motivation to develop their business have increased. The desire to expose the identity of the product through branding began to emerge. Efforts to expand the market through online marketing also began to be carried out by the participants.

Continuous assistance was important to maintain business consistency and to help overcome the obstacles that may arise in their endeavor.

Keywords: community empowerment, patchwork doormat, product diversification, packaging, labeling, digital marketing

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Klaten merupakan salah satu kabupaten dengan industri konveksi yang cukup berkembang di Provinsi Jawa Tengah selain kota Solo dan Pekalongan. Berkembangnya industri konveksi di kota Klaten dan sekitarnya tentu membawa dampak bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Masyarakat sekitar industri konveksi mendapatkan kesempatan peluang lapangan pekerjaan yang cukup menjanjikan, perputaran roda perekonomian cukup kencang dengan adanya industri semacam ini. Akan tetapi, industri konveksi juga membawa dampak kurang baik bagi lingkungan sekitar yang ditimbulkan dari limbah sisa konveksi. Salah satu limbah yang paling banyak dihasilkan oleh industri konveksi berupa limbah kain perca.

Kain perca adalah kain yang didapatkan dari sisa guntingan kain besar pada proses pembuatan pakaian, kerajinan, dan berbagai produk tekstil lainnya. Kerajinan tangan kain perca dapat dibuat menggunakan berbagai bahan kain. Kain perca dapat dikelola menjadi bermanfaat dan mempunyai nilai ekonomi serta ramah lingkungan.

Masyarakat Dusun Lemahireng, Desa Kaligaawe, Kec Pedan, Klaten memanfaatkan limbah kain perca menjadi produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi melalui usaha sampingan yang mereka lakukan. Usaha sampingan yang mereka lakukan adalah pada bidang kerajinan tangan, yaitu pembuatan keset dengan bahan dasar kain perca sisa konveksi. Saat ini terdapat kurang lebih 15 s.d 20 rumah tangga yang menjalankan usaha keset di Dusun ini. Usaha kerajinan keset yang ada di Dusun Lemahireng merupakan usaha rumahan yang dikelola oleh masing-masing pemiliknya. Kerajinan keset yang dibuat oleh masyarakat Dukuh Lemahireng menggunakan bahan dasar berupa kain perca sisa konveksi yang dibeli dari pengepul kain perca di Desa Tambak Boyo Kecamatan Pedan. Jenis keset yang dihasilkan merupakan jenis keset anyam dan sebagian berupa keset jahit.

Keset yang dihasilkan masih sangat sederhana baik dalam bentuk, motif maupun kombinasi warnanya. Demikian pula pada pengemasan hasil produknya. Tidak ada sistem pengemasan yang bagus, produk sebatas di tali tiap-tiap satu kodinya. Kualitas keset yang dihasilkan masih perlu untuk ditingkatkan agar

mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran.

Penghasilan bersih yang diperoleh tiap pengrajin kurang lebih Rp. 80.000,00/bulan, dalam hal ini biaya tenaga kerja tidak dihitung, karena semua pekerjaan dilakukan sendiri oleh para pengrajin keset. Hasil yang diperoleh para pengrajin ini masih tergolong rendah. Perlu upaya untuk meningkatkan penghasilan para pengrajin keset yang ada di Desa Kaligawe ini.

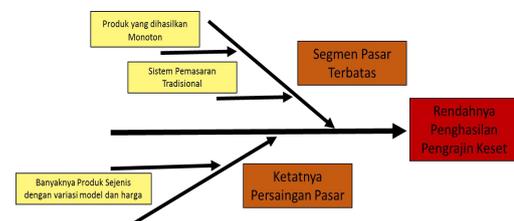
Rendahnya penghasilan para pengrajin keset disebabkan karena kurangnya inovasi pada produk keset yang dihasilkan, sehingga kurang dapat bersaing dengan produk sejenis di pasaran. Selain itu, sistem penjualan yang dijual kepada para tengkulak menyebabkan para pengrajin sangat bergantung kepada para tengkulak, pengrajin tidak dapat menentukan harga sendiri dan tidak dapat “menciptakan pasarnya” sendiri serta daya jangkauan pemasaran yang tidak luas.

2. PERMASALAHAN

Permasalahan pokok yang urgent untuk diupayakan solusi bersama-sama tim pengabdian dan mitra adalah sebagai berikut:

- Penghasilan pengrajin yang rendah
- Segmen pasar yang terbatas dan tidak berkembang
- Persaingan pasar dengan produk sejenis yang semakin ketat

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, dapat disarikan permasalahan mitra yang urgen tertuang pada fish bond analisis di bawah ini.



Gambar 1. Fish Bond Permasalahan yang Dihadapi Mitra

Rendahnya penghasilan yang diperoleh mitra disebabkan karena terbatasnya segmen pasar dan ketatnya persaingan pasar terhadap barang yang sejenis. Produksi keset yang dihasilkan bersifat monoton dalam segi model,

ukuran dan pengemasan pra jual. Selain itu sistem pemasaran yang masih bersifat tradisional sehingga memiliki keterbatasan ruang dan waktu.

3. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah pemberdayaan masyarakat yang ditempuh melalui pelatihan dan pendampingan. Pemberdayaan Masyarakat merupakan sebuah proses dalam memberikan kesempatan dan memberdayakan masyarakat melalui partisipasi, alih pengetahuan, keahlian dan keterampilan. Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini ditempuh melalui pendampingan dan pelatihan dengan memanfaatkan dan mengembangkan potensi yang ada pada masyarakat tersebut.

Pelatihan adalah proses belajar mengajar dengan menggunakan teknik dan metode tertentu secara konseptual dapat dikatakan bahwa latihan dimaksudkan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan kerja seseorang atau sekelompok orang. Biasanya yang sudah bekerja pada suatu organisasi yang efisiensi, efektivitas dan produktivitas kerjanya dirasakan perlu untuk dapat ditingkatkan secara terarah dan pragmatik. Program pelatihan merupakan serangkaian program yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam hubungannya dengan pekerjaannya. Dalam kegiatan ini, pelatihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam hal memproduksi dan memasarkan hasil kerajinan tangan berupa keset perca.

Pendampingan adalah kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan tenaga pendamping yang berperan sebagai fasilitator. Pendampingan bertujuan untuk mengembangkan masyarakat di berbagai potensi yang dimiliki oleh masing-masing masyarakat untuk menuju kehidupan yang lebih baik dan layak.

Kegiatan ini terbagi terbagi dalam 3 (tiga) tahapan pokok kegiatan yaitu:

1. Sosialisasi Program Kepada Mitra
2. Pelaksanaan Kegiatan Inti (pelaksanaan berbagai pelatihan)
 - a. Pelatihan diversifikasi produk kerajinan keset
 - b. Pelatihan pengemasan produk keset
 - c. Pengenalan digital marketing

3. Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan Program

Kegiatan sosialisasi kepada mitra bertujuan untuk memaparkan serangkaian agenda dan program kegiatan yang dilaksanakan bersama dengan pengrajin keset di Dusun Lemahireng, Kaligawe. Dalam kesempatan ini disepakati juga terkait dengan waktu pelaksanaan (hari, tanggal dan tempat) untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan berikutnya. Keseluruhan rangkaian kegiatan merupakan hasil kesepakatan dari diskusi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian dengan mitra. Tim pengabdian berperan sebagai fasilitator dalam pelaksanaan kegiatan ini. Sedangkan mitra berperan sebagai objek pelaksanaan pengabdian sekaligus sebagai subyek pelaksana kegiatan bersama-sama dengan fasilitator (tim pengabdian).

Pelaksanaan kegiatan inti berupa pemberian berbagai pelatihan untuk meningkatkan skill anggota mitra dalam pembuatan keset. Pelatihan yang diberikan berupa:

a. Pelatihan diversifikasi produk keset

Pada kegiatan pelatihan ini mitra diberikan wawasan baru terkait dengan inovasi bentuk dan motif keset yang berada dipasaran. Mengingat selama ini mitra hanya memproduksi satu jenis keset saja dengan bentuk dan motif yang monoton dan kurang menarik.

Materi dan pelatihan yang disampaikan berupa:

- 1) Jenis-jenis motif anyaman yang dapat diadopsi untuk membuat keset anyam.
- 2) Seni memadukan warna agar keset yang dihasilkan lebih menarik
- 3) Inovasi model/bentuk keset yang diproduksi. Mitra diberikan berbagai contoh bentuk-bentuk/model keset kain perca yang ada di pasaran
- 4) Motivasi dan pemahaman perlunya menjaga kualitas produk agar produk mampu bertahan dan bersaing dengan produk lain yang sejenis

Setelah mendapatkan materi ini, mitra diajarkan untuk membuat produk keset dengan motif dan model baru yang selama ini belum pernah dibuat dengan menerapkan kombinasi warna yang menarik.

b. Pelatihan pengemasan dan labeling produk

Selama ini mitra tidak pernah melakukan pengemasan maupun pemberian nama (brand) terhadap produk yang dihasilkan. Untuk dapat merambah pasar yang lebih luas dan menambah segmen pasar yang ada, diperlukan pengemasan dan branding produk yang baik dan menarik. Kekuatan sebuah produk terletak pada kualitas produk itu sendiri, kombinasi warna, motif dan tidak kalah pentingnya adalah eksekusi pra penjualan yaitu berupa pengemasan dan pelabelan. Oleh sebab itu, pengenalan dan pelatihan pengemasan dan branding bagi mitra perlu dilakukan. Materi yang diberikan berupa:

- 1) Pemaparan pentingnya pengemasan dan branding untuk memasarkan suatu produk
- 2) Pengenalan dan pelatihan berbagai cara/alternative pengemasan produk
- 3) Pengenalan berbagai jenis kemasan yang dapat digunakan untuk mengemas produk
- 4) Memberikan kesempatan kepada mitra untuk menentukan nama/brand terhadap produk yang dihasilkan

Setelah mendapatkan materi ini, mitra diajarkan untuk praktik menentukan nama (brand) produk yang dihasilkan, menentukan sendiri jenis kemasan dan cara mengemasnya serta praktek langsung dalam mengemas produk.

c. Pengenalan pengelolaan digital marketing

Digital marketing adalah segala upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk melalui media internet. Pemasaran dalam internet marketing bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan. Dengan menggunakan bantuan internet, daya jangkauan marketing suatu produk menjadi lebih luas, tidak mengenal keterbatasan waktu dan tempat dan dapat menjangkau semua segmen masyarakat. Biaya yang digunakan untuk promosi sangat murah dan tidak menyita waktu.

Digital marketing yang paling mudah dan relatif murah diantaranya adalah melalui

website dan social media marketing. Website sangat berperan dalam mempromosikan produk yang dihasilkan sekaligus memudahkan bagi konsumen untuk memahami produk yang ditawarkan. Website dapat diakses kapan saja dalam 24 jam sehingga lebih efektif dalam mempromosikan produk. Selain website, social media marketing menjadi sebuah terobosan yang cukup efektif dalam system pemasaran saat ini. Mengingat pengguna social media yang terus mengalami peningkatan. Hal ini didukung pula dengan banyaknya grup dalam platform social media tersebut semakin memudahkan mengalirnya informasi dari satu orang ke orang lain. Hal inilah yang sangat menguntungkan untuk menawarkan sebuah produk kepada para konsumen. Platform social media seperti instagram dan facebook merupakan contoh social media yang banyak digunakan oleh masyarakat, dan penggunaannya yang tidak berbayar menjadikan dua platform ini sangat cocok sebagai sarana promosi produk. Selain dapat digunakan sebagai media promosi, social media instagram dan facebook juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan interaksi antara pemilik usaha dengan konsumen.

Diperlukan sebuah keterampilan, tips dan trik dalam memanfaatkan digital marketing ini. Pada kegiatan pengenalan digital marketing ini disampaikan beberapa materi terkait dengan digital marketing yaitu:

- 1) Pengenalan digital marketing kepada mitra, termasuk didalamnya kelebihan dan kekurangan penggunaan digital marketing dalam pemasaran sebuah produk
- 2) Pengenalan jenis-jenis digital marketing yang dapat dimanfaatkan
- 3) Tips dan trik penggunaan digital marketing agar produk mudah dan cepat dikenal oleh konsumen
- 4) Pelatihan pembuatan social media marketing dan pengelolaan website

Keberlangsungan usaha yang dijalankan oleh mitra sangat memerlukan pendampingan dan evaluasi secara berkelanjutan. Untuk itu, setelah rangkaian kegiatan pelatihan selesai, maka tahap akhir kegiatan ini adalah evaluasi. Hasil dari evaluasi digunakan sebagai dasar tindak lanjut pendampingan secara berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkaian kegiatan yang telah dilakukan secara umum dapat diterima dan membawa dampak baik kepada para peserta.

Pelatihan diversifikasi produk keset dilaksanakan pada tanggal 27 April 2019 dan tanggal 22 Juni 2019. Peserta pada pelatihan ini adalah para pengrajin keset yang ada di Desa Kaligawe.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Keset Anyam



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Keset Jahit

Pada kegiatan pelatihan ini mitra diberikan wawasan baru terkait dengan inovasi bentuk dan motif keset yang berada dipasaran. Mengingat selama ini mitra hanya memproduksi satu jenis keset saja dengan bentuk dan motif yang monoton dan kurang menarik.

Pelatihan diversifikasi produk keset membawa dampak yang baik kepada mitra, lebih dai 90% peserta memiliki pengetahuan mengenai macam model keset perca yang bisa dibuat, jenis-jenis motif anyaman yang dapat diadopsi untuk membuat keset anyam dan mengetahui cara memadukan warna agar produk keset yang dihasilkan lebih menarik.

Dengan adanya pelatihan ini kreatifitas dan ide-ide baru muncul dari para peserta. 92% peserta memiliki keinginan untuk membuat kreasi keset perca seperti yang

dicontohkan/diajarkan, 90% peserta memiliki ide/kreativitas untuk membuat kreasi keset perca yang lainnya, 91% peserta berkeinginan untuk memproduksi/membuat model keset baru yang selama ini belum pernah dibuat.



Gambar 4. Pemahaman dan Motivasi Peserta pada Pelatihan Diversifikasi Produk Kerajinan Keset

Keterrangan.

Setelah mengikuti pelatihan diversifikasi produk keset:

- Indikator No 1 Saya mengetahui berbagai macam model keset perca yang bisa dibuat
- Indikator No 2 Saya mengetahui jenis-jenis motif anyaman yang dapat diadopsi untuk membuat keset anyam
- Indikator No 3 Saya mengetahui cara memadukan warna agar produk keset yang dihasilkan lebih menarik
- Indikator No 4 Saya memiliki keinginan untuk membuat kreasi keset perca seperti yang dicontohkan/diajarkan
- Indikator No 5 Saya memiliki ide/kreativitas untuk membuat kreasi keset perca yang lainnya
- Indikator No 6 Saya berkeinginan untuk memproduksi/membuat model keset baru yang selama ini belum pernah saya buat
- Indikator No 7 Saya bisa membuat kreasi keset baru yang selama ini belum pernah saya buat

- Indikator No 8 Saya bisa mengombinasikan warna untuk menghasilkan produk keset yang menarik
- Indikator No 9 Saya memiliki pemahaman perlunya menjaga kualitas produk agar produk mampu bertahan dan bersaing dengan produk lain yang sejenis
- Indikator No 10 Saya memiliki motivasi untuk menjaga kualitas produk agar produk mampu bertahan dan bersaing dengan produk lain yang sejenis

Dalam hal pengemasan produk dan labeling, peserta mulai terbuka wawasannya akan nilai penting finishing sebuah produk dari sisi pengemasan dan pelabelan. 90% peserta menyadari bahwa penampilan kemasan dan pemberian nama sebuah produk sangat penting dalam pemasaran. Rata-rata 85% peserta mulai mengenal berbagai jenis alternatif kemasan yang dapat digunakan untuk mengemas hasil kerajinannya dan mengetahui cara mengemas produk yang dihasilkan supaya lebih menarik.

82% peserta memiliki keinginan untuk memberikan label pada produk keset yang dihasilkannya, sedangkan 80% diantaranya dapat mengaplikasikan pemberian label/branding terhadap produk keset yang dihasilkan. Sebagian peserta lainnya yaitu sebanyak 18% masih ragu-ragu untuk menyematkan label sendiri pada produk yang dihasilkannya. Hal ini disebabkan karena pada saat ini sebagian dari mereka masih terikat dengan perjanjian dengan para pengepul produk keset yang sebelumnya selalu mengambil hasil produksi dari masyarakat Dusun Lemahireng. Dibutuhkan waktu dan usaha untuk meyakinkan kepada para pengrajin bahwa mereka mampu untuk berdiri sendiri, memproduksi dan memasarkan hasil produksinya secara mandiri tanpa bergantung dengan para tengkulak.



Gambar 5. Pemahaman dan Motivasi Peserta pada Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk Kerajinan Keset

Keterangan

Setelah mendapatkan penjelasan pentingnya pengemasan dan labeling produk:

- Indikator No 1 Saya paham pentingnya pengemasan dan branding untuk memasarkan suatu produk
- Indikator No 2 Saya tahu berbagai cara/alternative pengemasan produk
- Indikator No 3 Saya tahu berbagai jenis kemasan yang dapat digunakan untuk mengemas produk
- Indikator No 4 Saya mengetahui cara mengemas produk keset yang dihasilkan supaya lebih menarik
- Indikator No 5 Saya memiliki keinginan untuk mengemas produk keset yang dihasilkan supaya lebih menarik
- Indikator No 6 Saya bisa mengemas produk keset yang dihasilkan supaya lebih menarik
- Indikator No 7 Saya mengetahui cara memberikan label produk keset yang dihasilkan supaya lebih menarik
- Indikator No 8 Saya memiliki keinginan untuk memberikan label produk keset yang dihasilkan supaya lebih menarik
- Indikator No 9 Saya bisa mengaplikasikan pemberian label/branding terhadap produk keset yang dihasilkan

Pengenalan digital marketing dilaksanakan tanggal 20 Juli 2019. Sasaran pelatihan ini adalah para pengrajin keset yang ada di Dusun Lemah Ireng, Desa Kaligawe. Target yang tercapai setelah adanya pelatihan ini adalah para pengrajin keset memiliki tambahan wawasan terkait dengan cara pemasaran produk melalui layanan internet yang dikenal dengan digital marketing dan menerapkan salah satu model digital marketing dalam memasarkan produk kerajinannya.



Gambar 6. Pengenalan Digital Marketing kepada Para Peserta

Digital marketing adalah segala upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk melalui media internet. Pemasaran dalam internet marketing bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan. Dengan menggunakan bantuan internet, daya jangkau marketing suatu produk menjadi lebih luas, tidak mengenal keterbatasan waktu dan tempat dan dapat menjangkau semua segmen masyarakat. Biaya yang digunakan untuk promosi sangat murah dan tidak menyita waktu.

Sosial media marketing menjadi sebuah terobosan yang cukup efektif dalam sistem pemasaran saat ini. Mengingat pengguna sosial media yang terus mengalami peningkatan. Hal ini didukung pula dengan banyaknya grup dalam platform sosial media tersebut semakin memudahkan mengalirnya informasi dari satu orang ke orang lain. Hal inilah yang sangat menguntungkan untuk menawarkan sebuah produk kepada para konsumen.



Gambar 7. Pemahaman dan Motivasi Peserta dalam Pemanfaatan Digital Marketing

Keterangan

Setelah mendapatkan penjelasan digital marketing:

- | | |
|----------------|---|
| Indikator No 1 | Saya paham pentingnya pemasaran digital untuk memasarkan suatu produk |
| Indikator No 2 | Saya tahu berbagai cara/alternative penggunaan akun digital |
| Indikator No 3 | Saya tahu berbagai jenis sosial media untuk digunakan dalam pemasaran produk |
| Indikator No 4 | Saya memiliki keinginan untuk memasarkan produk keset yang dihasilkan melalui sosial media |
| Indikator No 5 | Saya bisa mengaplikasikan penjual menggunakan digital marketing terhadap produk keset yang dihasilkan |

Melalui kegiatan pengenalan digital marketing peserta pelatihan menyadari pentingnya pemasaran digital untuk memasarkan suatu produk, 90% mereka menyadari bahwa pada era kemajuan teknologi saat ini, digital marketing sangat memudahkan dalam pemasaran suatu produk.

Dalam digital marketing, dibutuhkan sosial media sebagai alat untuk melakukan promosi sebuah brand ataupun untuk menjangkau para calon konsumen yang tersebar luas di seluruh dunia.

Melakukan promosi dengan menggunakan sosial media memiliki banyak keuntungan, seperti lebih hemat biaya dan juga

efektif dalam penggunaannya. Selain itu, promosi yang dilakukan secara viral marketing dan langsung dilihat oleh calon konsumennya sehingga lebih mudah dalam menarik para konsumen baru. Sosial media bisa menjangkau beragam profil konsumen dari segmentasi yang ada, serta memperkenalkan produk atau jasa perusahaan lebih dalam.

Sosial media bermanfaat bagi para pebisnis untuk memasarkan produknya secara efektif dan efisien. Namun dalam melakukan pemasaran di sosial media, harus membuat sebuah strategi kampanye pemasaran yang kreatif dan efektif. Hal ini dimaksudkan agar omzet penjualan produk yang dipasarkan dapat meningkat sesuai dengan target.

Pada kegiatan pengenalan digital marketing kali ini, kendala yang dihadapi adalah kondisi mitra yang sebagian berusia tidak muda dan bukan merupakan pengguna sosial media aktif. Dengan kondisi yang demikian ini, hanya 78% peserta yang mampu mengaplikasikan digital marketing melalui sosial media yang mereka punya. Walaupun demikian, para peserta pada dasarnya memiliki keinginan untuk memasarkan produknya secara online, yaitu sebesar 80%. Setelah melalui kegiatan pengenalan digital marketing, 83% peserta memiliki tambahan wawasan/pengetahuan terkait berbagai alternatif penggunaan akun digital dan juga mendapatkan tambahan wawasan terkait dengan alternatif berbagai sosial media yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran produk hasil kerajinan mereka.

5. KESIMPULAN

Secara umum peserta mendapatkan tambahan wawasan dan pengetahuan terkait dengan diversifikasi produk kerajinan keset berbahan kain perca, pemanfaatan sosial media sebagai salah satu alternatif pemasaran produk, pentingnya branding dan kemasan terhadap produk yang mereka hasilkan.

Motivasi peserta untuk mengembangkan usaha kerajinan keset terlihat ada peningkatan, keinginan untuk menunjukkan identitas produk melalui branding juga mulai muncul setelah kegiatan ini selesai dilaksanakan. Usaha untuk memperluas pasar melalui penjualan online juga mulai dilakukan oleh para anggota mitra.

Konsistensi usaha yang dilakukan oleh para anggota mitra perlu untuk terus dijaga. Untuk itu sangat diperlukan adanya pendampingan yang berkelanjutan setelah program kegiatan pengabdian ini selesai. Pendampingan juga perlu dilakukan untuk membantu mitra dalam mengatasi beberapa kendala yang mungkin muncul dalam perjalanan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

----- (2010) Buku Panduan Pemberdayaan Masyarakat dengan Pelibatan Jender dan Kemiskinan dalam Pembangunan Sanitasi Kota. Tim Teknis Pengembangan Sanitasi, Indonesia Sanitation Sector Development Program (ISSDP)

Rahadjeng, E Retna., Latifah S Wahjuni., Andharini S Nastiti. (2015). *IbM Usaha Jahitan dan Pengelolaan Kain Perca*. Jurnal Dedikasi Vo. 12, Mei 2015: 26-31

Wisesa, T Panji., Nugraha, Hari. (2015). *Pemanfaatan Limbah Kain Batik Untuk Pengembangan Produk Asesoris Fashion*. Jurnal Universitas Pembangunan Jaya Vol. 2, No. 2, Maret 2015: 70-86

Yuliana, Oviliani Yenty (2000) *Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis*. Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 2, No. 1, Mei 2000: 36 - 52