



Pelatihan Pembuatan Karya Seni Ciri Khas Tempat Wisata dan Cara Pemasarannya

Training on Making Artworks, Characteristics of Tourist Places and Marketing Methods

Fatin Nadifa br Tarigan¹, Ramadha Yanti Parinduri², Yusri³, R.Juli Moertiono⁴, Elli Afrida⁵, Muhammad Ilham⁶

^{1,2}Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia Medan

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana Medan

⁴Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan

⁵Universitas Al Washliyah Medan

⁶Universitas Deli Sumatera Medan

*Corresponding Author**: ellilubis@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi Ibu Rumah Tangga di Daerah Kawasan Wisata Pantai Cermin dengan cara melatih membuat karya seni merajut dengan menggunakan ciri khas daerah dan cara pemasarannya. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode Numbered Heads Together (NHT) yang terdiri dari 4 tahapan yakni pembentukan kelompok, pemberian tugas, pembangunan ide dan kreasi yang dipandu oleh tim pengabdian, dan penilaian produk berdasarkan respon pasar. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang dilakukan oleh Ibu Rumah Tangga selaku mitra. Kerajinan merajut berhasil terjual sebanyak 18 dari 45 barang melalui Souvenir Shop di lokasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan dan Media Sosial dengan keuntungan rata-rata sebesar 25% dari harga modal. Namun, pemasaran melalui E-Commerce belum menunjukkan hasil. Kreasi yang tercipta berupa kerajinan rajut tangan yang dibentuk menjadi berbagai macam benda seperti gantungan kunci, konektor masker, dan tas. Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan dapat memberikan peluang usaha baru bagi Ibu Rumah Tangga di sekitar daerah kawasan wisata. Sementara untuk meningkatkan hasil penjualan terutama melalui media E-Commerce, diperlukan pelatihan strategi pemasaran kembali di masa mendatang.

Kata Kunci: karya seni, tempat wisata, pemasaran, merajut

Abstract

This service aims to increase the economic independence of housewives in Cermin Beach Tourism Area by training to make knitting artworks by highlighting its characteristics and its marketing methods. The implementation of the activity used the Numbered Heads Together (NHT) method which consists of 4 stages, namely group formation, assignment assignment, idea development and creation guided by a service team, and product assessment based on market response. The results of the training showed an increase in knowledge and skills carried out by housewives as partners. Knitting crafts were successfully sold as many as 18 of 45 items through the Bazaar in tourism area that visited by many visitors and Social Media with an average profit of 25% of the capital price. However, marketing through E-Commerce has not shown results. The creations are in the form of hand knitting crafts that are formed into various objects such as key chains, mask connectors, and bags. Overall, the implementation of activities can provide new business opportunities for housewives around the tourist area. Meanwhile, to increase sales results, especially through E-Commerce media, remarketing strategy training is needed in the future.

Keywords: artworks, tourism area, marketing, knitting

PENDAHULUAN

Ditengah serbuan beragam jenis karya seni, masyarakat ternyata juga masih mencari model atau jenis karya yang unik dan berbeda dengan yang dipakai oleh kebanyakan orang. Mulai dari warna hingga model semuanya istimewa. Salah satu hasil kerajinan tangan yang memiliki nilai eksklusif yang cukup tinggi adalah rajutan. Karya seni ini menjadi sesuatu yang berbeda karena dibuat dari tangan bukan mesin, dan memiliki corak yang beragam. Dari segi bentuk sangat unik dan warnanya juga begitu beragam. Dari segi harga juga masih terjangkau oleh masyarakat.

Merajut merupakan metode membuat kain, pakaian, aneka suvenir (gantungan kunci) dari benang rajut. Rajut dapat diartikan jaring/jala, jala atau bahan pakaian yang disirat manual (menggunakan tangan) maupun menggunakan mesin rajut. Sedangkan rajutan dapat diartikan bahan pakaian yang dibuat oleh tangan maupun mesin rajut atau dapat pula diartikan hasil merajut. Hasil rajutan dapat berupa pakaian, tas, kaos kaki, topi, vest dan baju bayi, aneka suvenir (gantungan kunci) (Siswanto, Dewi Astuti, Eko Yuni Prihantono. 2016). Kegiatan merajut merupakan hasil kerajinan tangan yang dikerjakan secara manual (Vanda, dkk., 2015). Teknik yang digunakan adalah dengan mengaitkan benang dengan hakpen (Rosdiana & Wijanarko, 2018). Kerajinan merajut hanya menggunakan peralatan yang sederhana sehingga mudah dilakukan kapan saja dan dimana saja (Hanafi dkk, 2020). Alat dan bahan yang dapat digunakan untuk menghasilkan produk rajut tangan adalah hakpen, benang nylon, benang wol, gantungan kunci, peniti, lonceng kecil, lem tembak dan pernak- pernik lainnya. Oleh karenanya, setiap orang dapat menghasilkan produk kreatif berupa rajut tangan. Produk rajut yang dihasilkan setiap perajin memiliki ciri khas atau keunikan motif masing- masing. Dengan demikian, produk hasil kerajinan rajutan memiliki nilai lebih dibandingkan produk masal hasil industri. Hal ini bisa dilakukan dengan mempekerjakan ibu-ibu rumah tangga dan kaum perempuan yang ada disekitar rumah sebagai tenaga kerja lepas.

Berkaitan dengan pemasaran, penjualan merupakan salah satu kegiatan yang paling penting, karena menjadi sumber pendapatan. Oleh sebab itu, banyak strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan, salah satunya dengan meluaskan market. Di era teknologi seperti saat ini, pemasaran tradisional mulai tergeserkan karena lebih mahal dan lambat untuk menghasilkan hasil. Sedangkan pemasaran online menjadi metode yang paling sukses dalam mengiklankan berbagai jenis bisnis di dunia ini selama satu dekade terakhir. Banyak tawaran market yang dapat dimanfaatkan untuk menjual produk yang dihasilkan. Salah satunya adalah pemanfaatan media sosial, seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Menurut Safko (Dewi, 2019) bahwa media sosial menjadi alat yang paling efektif untuk melakukan pemasaran maupun penjualan. Sebagaimana peran yang dimiliki media sosial sebagai komunikasi pemasaran yakni upaya penyampaian

pesan agar konsumen mengetahui keberadaan produk. Ini merupakan cara kilat dan cepat dalam mempromosikan bisnis kepada ribuan pelanggan potensial setiap hari. Sebagai pemasaran adalah faktor utama untuk panjang dan sukses bisnis, internet memfasilitasi proses ini dengan cara akan memastikan paparan maksimum.

Media sosial seperti WhatsApp telah banyak digunakan sebagai media dalam memasarkan produk. Layanan gratis dapat diakses kapan saja dan dimana saja, terciptanya komunikasi yang lancar antara pembeli dan penjual adalah keunggulan penggunaan media sosial dalam kegiatan usaha (Sholihin, Arianto, & Khasanah, 2018) E-Commerce, transaksi jual beli secara elektronik melalui jaringan internet, memberikan kemudahan bagi para pengusaha dalam memperluas pangsa pasar. Keunggulan yang dimiliki E-Commerce yaitu mudah dalam mempromosikan produk, tidak ada batasan interaksi antara penjual dan pembeli, tidak membutuhkan biaya yang tinggi untuk mendukung interaksi antara penjual dan pembeli (Prihadi & Susilawati, 2018). Keunggulan yang dimiliki oleh Media Sosial dan E-Commerce menjadikan media tersebut sebagai platform yang tepat untuk mengevaluasi produk-produk yang dihasilkan oleh kedua mitra secara langsung ke masyarakat. Tidak hanya melalui Media Sosial dan E-Commerce, pemasaran produk juga dilakukan di Souvenir Shop.

Pelatihan peningkatan keterampilan membuat kerajinan tangan beserta pemasarannya untuk Ibu Rumah Tangga dilaksanakan dalam rangkaian kegiatan pengabdian. Kerajinan merajut, dimanfaatkan untuk meningkatkan keterampilan mitra. Sedangkan media sosial, e-commerce dan Souvenir Shop digunakan untuk pemasaran produk. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada Ibu Rumah Tangga di tempat wisata. Kurangnya kegiatan yang berorientasi pada kemandirian ekonomi, dan kurangnya pemanfaatan teknologi dalam menunjang perekonomian adalah masalah yang terjadi. Untuk itu, meningkatkan kemandirian ekonomi pada mitra, membantu memberikan bekal pengetahuan *life skill* agar memiliki keterampilan produktif sangat diperluakan. Keterampilan yang dapat diberikan adalah keterampilan membuat rajutan untuk selanjutnya dapat dikembangkan sebagai modal untuk berwirausaha.

METODE DAN TEMPAT PELATIHAN

Dalam kegiatan pelatihan itu, ada puluhan orang mayoritas ibu-ibu yang dilibatkan. Sasaran kegiatan ini adalah ibu – ibu rumah tangga di kawasan wisata Pantai Cermin. Jumlah peserta pelatihan ini sebanyak 23 orang. Pelatihan ini mengadaptasi metode *Numbered Heads Together (NHT)* dalam proses pengajarannya. NHT adalah sebuah metode pembelajaran yang berorientasi pada kerja sama antar anggota kelompok dalam mencapai tujuan bersama dan memiliki 8 langkah (Huda, 2011; Suwarni, 2018). Peningkatan kemampuan berfikir serta interaksi sosial individu adalah manfaat dari NHT (Lease & Corebima, 2017).

Tahapan pertama, para peserta mitra 1 dan mitra 2 dibentuk menjadi kelompok kecil yang terdiri dari 3 sampai dengan 4 orang. Masing-masing mitra membentuk 5 kelompok. Kemudian, di tahapan kedua setiap kelompok diberikan tugas untuk merajut.

Pada tahapan ketiga, instruktur pelatihan menjadi fasilitator dalam membangun ide dan kreasi setiap kelompok dalam membuat ciri khas daerah pada rajutan mereka. Evaluasi terhadap peningkatan kemampuan para peserta dinilai berdasarkan respon pasar. Hasil kerajinan dipasarkan ke masyarakat melalui Souvenir Shop, media sosial dan ECommerce. Kegiatan ini dilakukan di tahapan keempat.

PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pelaksanaan pelatihan ini mencakup beberapa hal berikut.

a. Penyajian Materi

Materi yang disajikan terkait dengan seluk beluk seni merajut, pengenalan alat dan teknik. Materi disajikan oleh tim pelaksana pengabdian. Pelatihan ini memberikan beberapa materi yang terkait dengan upaya mengembangkan materi seni merajut. Materi yang tersajikan sebanyak 4 (empat) bahasan yang masing-masing disajikan oleh anggota Tim Pengabdi .

b. Penugasan Praktik

Setelah mendapatkan teori, peserta akan diberi tugas praktik. Dalam tahap ini para peserta ditugaskan untuk mengikuti desain rajutan yang telah disediakan oleh tim pelaksana dengan pola sesederhana mungkin agar mudah pengerjaannya. Tim pengabdi mendampingi, memandu dan mengarahkan serta memberikan solusi apabila timbul permasalahan selama penugasan praktik.



Gambar 1. Penugasan Praktik Merajut

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan selama 2 hari. Masing-masing membentuk 5 kelompok. Total kerajinan merajut yang berhasil dibuat sebesar 45 barang. Dalam Pelatihan ini tim pengabdian menjelaskan dan memberikan contoh tahap-tahap merajut kemudian mengajari mereka memulai merajut.



Gambar 2. Pembagian Kelompok

Hasil kerajinan kemudian dipasarkan melalui 3 media yaitu e-commerce, media sosial dan Souvenir Shop. E-commerce yang digunakan adalah Bukalapak, media sosial adalah WhatsApp, dan Souvenir Shop selama dua hari. Hasil penjualan menunjukkan bahwa masing-masing produk memberikan keuntungan rata-rata 25% dari harga modal. Total barang terjual sebanyak 18 kerajinan.

c. Refleksi dan Penutupan Program PPM

Di akhir kegiatan peserta dan Tim melakukan refleksi hasil pelatihan dan para peserta juga memberikan evaluasi akan pelatihan ini. Setelah semua kegiatan yang telah direncanakan terlaksana, ketua tim pengabdian menutup program dan memberikan pesan kepada segenap peserta pelatihan untuk menerapkan apa yang telah didapatkan untuk memperkaya pengetahuan dan keterampilan masing-masing.



Gambar 3. Hasil Rajutan

d. Evaluasi kegiatan

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan beberapa cara. Evaluasi hasil dilihat dari tugas praktik para peserta yang ada. Hasil praktiknya dinilai dan hal itu menggambarkan keberhasilan materi yang telah disajikan. Selain itu, secara proses juga dicermati kinerja dan kesertaan para peserta. Berdasarkan hasil produk, secara umum para peserta telah mengetahui dasar-dasar perajutan. Teknik evaluasi dilakukan dengan cara observasi, yaitu melihat bagaimana kualitas karya yang dihasilkan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan terhadap strategi pemasaran yang dilakukan baik Souvenir Shop di lokasi wisata, Media Sosial ataupun E commerce.



Gambar 4. Evaluasi Hasil Praktik Merajut Ibu Rumah Tangga



Gambar 5. Hasil Evaluasi Pemasaran di Souvenir Shop

Dokumentasi Kegiatan PKM



Gambar 6. Dokumentasi Pelatihan di Lokasi Wisata Pantai Cermin

KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan karya seni cir khas tempat wisata dengan metode merajut dan pemasaran produk diberikan kepada mitra yaitu Ibu Rumah Tangga di sekitar kawasan Pantai Cermin. Pelatihan diberikan dengan metode Numbered Heads Together dimana peserta dibentuk menjadi kelompok dan instruktur sebagai fasilitator dalam mengarahkan dan memberikan masukan kepada kelompok selama pembuatan kerajinan decoupage. Sebanyak 45 kerajinan merajut berhasil dibuat mitra selama pelatihan berlangsung.

Produk yang dihasilkan kemudian dievaluasi ke masyarakat dengan memasarkan secara langsung menggunakan ketiga media yaitu Souvenir Shop, media sosial dan e-commerce. Hasil penjualan menunjukkan bahwa produk kerajinan merajut telah dapat diterima oleh masyarakat, 46% dari total kerajinan yang telah diproduksi berhasil terjual.

Souvenir Shop dan media sosial menjadi media pemasaran paling efektif dalam penjualan produk. E-commerce menjadi media pemasaran yang belum berhasil menjual produk karena belum dikenal oleh masyarakat. Kerajinan merajut berhasil terjual sebanyak 18 dari 45 barang melalui Souvenir Shop dan Media Sosial dengan keuntungan rata – rata sebesar 25% dari harga modal. Namun, pemasaran melalui E-Commerce belum menunjukkan hasil. Kreasi yang tercipta berupa kerajinan rajut tangan yang dibentuk menjadi berbagai macam benda seperti gantungan kunci, konektor masker, dan tas. Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan dapat memberikan peluang usaha baru bagi Ibu Rumah Tangga di sekitar daerah kawasan wisata. Sementara untuk meningkatkan hasil penjualan terutama melalui media E-Commerce, diperlukan pelatihan strategi pemasaran kembali di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R. P. (2019). Sosial Media sebagai Sarana Jual Beli Online.
- Huda, M. (2011). Cooperative Learning metode, teknik, struktur dan model penerapan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lease, M., & Corebima, A. D. (2017). The effect of numbered heads together (NHT) cooperative learning models on the cognitive achievement of students with different academic ability. *Journal of Physics: Conference Series* 795 012071, 795. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/795/1/012071>
- Nurmaya, Diana, N.E., Kurnianingsih, I., Rosini. (2019). Pelatihan Peningkatan Nilai Produk Kerajinan Tangan Decoupage dan Pemasaran Produk untuk Ibu Rumah Tangga. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 2. No. 1
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh kemampuan e-commerce dan promosi di media sosial terhadap kinerja pemasaran. *BENEFIT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15–20.
- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. (2018). Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. In *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital* (pp. 149–160). Retrieved from <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PEKED/article/view/1286/1044>
- Suwarni, S. (2018). Optimalisasi Pembelajaran Numbered Heads Together (Nht) Untuk Meningkatkan Minat Belajar Dan Hasil Belajar Prakarya Dan Kewirausahaan Bagi Siswa Kelas XI TKJ-A Di SMK N 2 Surakarta Tahun Pelajaran 2017/2018. *Jurnal Pendidikan Dwija Utama: Edisi Agustus 2018*, 9(40), 91.
- Siswanto, Dewi Astuti, Eko Yuni Prihantono. 2016. Keterampilan Rajut Mengantar Siswa SMK Hayat Siap Berwirausaha. *Jurnal Abdimas* 1 (1): 7-11.
- Khairuddin Tampubolon, dkk (2021); Penyuluhan Tentang Mengenal Mesin Pompa Air dan Cara Perawatannya di Serikat Tolong Menolong Nurul Iman (STMNI) Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas; *J-LAS (Journal Liaison Academia and Society)*;V.1,No.2;(1-8).
- Roswita Oesman, Rahmaniah Rahmaniah (2021); Sosialisasi Cara Membuat Sabun Cair untuk Rumah Tangga di Gang Fortuna Kelurahan Timbang Deli, Kecamatan Medan Amplas; *J-LAS (Journal Liaison Academia and Society)*;V.1,No.2;(47-53).
- Surya Irawan, K Tampubolon, ELAZHARI (2021), Pelatihan Pembuatan Pupuk Cair Organik Dari Air Kelapa Dan Molase, Nasi Basi, Kotoran Kambing Serta Activator Jenis Produk EM4; *J-LAS (Journal Liaison Academia and Society)*;V.1,No.2;(1-18).
- Ida Zulfida, dkk (2021), Pelatihan Pemanfaatan Tera Box Cloud Dalam Menunjang Kegiatan Mengajar Dosen; *J-LAS (Journal Liaison Academia and Society)*;V.1,No.2;(53-60).
- Ahmad Karim, dkk (2021), Pelatihan Pengolahan Nilai Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Excel Bagi Dosen; *J-LAS (Journal Liaison Academia and Society)*;V.1,No.2;(68-74).