

Kerajinan Tas Anyam “Rja Woven Bags”, Pengembangan Inovasi Model dan Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Produk Unggulan Lokal dalam Peningkatan Ekonomi Kreatif

Kusuma Ayu Widyaningsih¹, Dila Azzahra Putri², Nuriyah Ulfa Karomah³, Aprilia Widyaningtyas⁴, Asis Riat Winanto⁵

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

² Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

³ Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIPOL, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

⁴ Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
kusumaayuwidyaningsih@gmail.com¹, dilaazzahraputri697@gmail.com², nuriyahulfa02@gmail.com³, apriliah2003widya@gmail.com⁴, asiserwe@gmail.com⁵

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini mengeksplorasi pengembangan inovasi dalam desain tas anyam "RJA Woven Bags" dan pemanfaatan digital marketing untuk memposisikan produk ini sebagai unggulan lokal yang mampu berkontribusi pada peningkatan ekonomi kreatif di Desa Pangkal. Penelitian ini mengkaji berbagai aspek inovasi desain yang diterapkan pada "RJA Woven Bags," termasuk penggunaan teknik anyaman kontemporer, pemilihan material yang tahan lama, serta integrasi elemen desain yang menarik untuk pasar modern. Selain itu, artikel ini mendalami strategi digital marketing yang diterapkan, seperti pemanfaatan media sosial, (Instagram, Tiktok, WhatsApp) dan pemasaran melalui platform e-commerce (Shopee) untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di pasar global. Dengan adanya penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana sinergi antara inovasi desain dan pemasaran digital dapat membuka peluang baru bagi pengusaha lokal, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan memperkuat identitas budaya desa. Artikel ini memberikan gambaran menyeluruh tentang langkah-langkah strategis yang diambil dan hasil yang diperoleh, serta dampaknya terhadap masyarakat lokal dan industri kerajinan tangan secara umum.

Kata kunci: Inovasi; Desain; Tas Anyam;

Abstract

This dedication activities explores the development of innovation in the design of the "RJA Woven Bags" woven bag and the use of digital marketing to position this product as a local flagship that is able to contribute to improving the creative economy in Pangkal Village. This research examines various aspects of design innovation applied to the "RJA Woven Bags" including the use of contemporary weaving techniques, the selection of durable materials, and the integration of design elements that are attractive to the modern market. In addition, this article explores the digital marketing strategies implemented, such as the use of social media (Instagram, TikTok, WhatsApp) and marketing via e-commerce platforms (Shopee) to increase the visibility and attractiveness of products in the global market. This research aims to show how the synergy between design innovation and digital marketing can open up new opportunities for local entrepreneurs, encourage economic growth, and strengthen village cultural identity. This article provides a comprehensive overview of the strategic steps taken and the results obtained, as well as their impact on local communities and the handicraft industry in general.

Keywords: Innovation; Design; Woven Bag;

1. PENDAHULUAN

Pemasaran digital dapat diartikan sebagai pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada teknologi digital (1). Namun sejauh ini, internet menjadi media teknologi digital paling signifikan. Digital marketing banyak dipilih sebagai strategi peningkatan usaha karena biayanya yang murah dan efektif. Karena dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja selagi terhubung dengan internet. Para pelaku usaha dapat lebih mudah dan cepat mendapatkan informasi mengenai keadaan pasar dan dapat

berkomunikasi dengan mudah dengan relasi untuk menambah jaringan dimanapun dengan kemudahan teknologi internet. Selain itu, keuntungan dari digital marketing menggunakan internet adalah lebih mudah, lebih murah atau lebih cepat untuk berkomunikasi. Strategi mencapai hasil dari digital market. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, industri kerajinan tangan di Indonesia, khususnya di desa-desa, menghadapi tantangan untuk beradaptasi dan berkembang. Salah satu upaya untuk menghadapi tantangan ini adalah melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi digital (2). Pengabdian ini berjudul, "RJA WOVEN BAGS: Pengembangan Inovasi Model dan Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Produk Unggulan Lokal dalam Peningkatan Ekonomi Kreatif di Desa Pangkal Sawoo", bertujuan untuk menjelajahi bagaimana inovasi dalam desain tas anyam dan strategi pemasaran digital dapat mengubah produk kerajinan lokal menjadi unggulan yang mampu meningkatkan ekonomi kreatif di tingkat desa.

Tas anyam merupakan salah satu produk kerajinan tangan khas Indonesia, memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Dalam konteks ini, "RJA WOVEN BAGS" sebagai merek produk tas anyam yang dapat mengembangkan inovasi model dan motif bukan hanya melestarikan tradisi, tetapi juga memberikan nilai tambah yang relevan dengan tren pasar saat ini. Tas anyam juga memiliki keunikan tersendiri karena proses pembuatannya yang menggunakan teknik anyaman. Teknik ini melibatkan penggabungan serat atau bahan secara silang untuk menciptakan pola yang estetik dan fungsional. Tas anyam biasanya terbuat dari berbagai material, seperti rotan, bambu, kulit, atau bahan sintetis, yang dipilih berdasarkan kekuatan, daya tahan, dan tampilan visual yang diinginkan. Keberadaan tas anyam dalam dunia fashion dan aksesoris bukan hanya sekedar untuk tujuan praktis, melainkan juga untuk menambah nilai artistik dan estetika (3). Teknik anyam yang digunakan memberikan keunikan tersendiri pada setiap tas, menjadikannya sebagai barang yang tidak hanya fungsional tetapi juga memiliki nilai seni dan budaya.

Kerajinan tas anyam "RJA Woven Bags" adalah contoh nyata dari upaya pengembangan inovasi dalam industri kerajinan lokal. Di Desa Pangkal, kerajinan ini tidak hanya menjadi simbol keterampilan tangan, tetapi juga berperan penting dalam pemberdayaan ekonomi kreatif. Dengan menggabungkan teknik anyaman tradisional dengan model-model inovatif, "RJA Woven Bags" berusaha menciptakan produk unggulan yang memiliki daya saing di pasar. Selain itu, pemanfaatan digital marketing sebagai strategi utama dalam promosi dan penjualan memainkan peran krusial dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Pendahuluan ini akan membahas secara mendalam mengenai inovasi desain tas anyam "RJA Woven Bags", strategi digital marketing yang diterapkan, serta dampaknya terhadap peningkatan ekonomi kreatif di Desa Pangkal.

Kegiatan ini akan mengeksplorasi berbagai aspek pengembangan model inovatif untuk tas anyam serta cara-cara efektif untuk memanfaatkan digital marketing. Dengan mengidentifikasi kebutuhan pasar dan memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk, maka diharapkan dapat menciptakan peluang baru dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di Desa Pangkal Sawoo, sekaligus berkontribusi pada perkembangan ekonomi kreatif di tingkat lokal.

2. METODE

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah kombinasi, terdiri dari beberapa metode untuk melaksanakan pembuatan produk Tas Anyam diantaranya ialah :

Pelatihan

Pelatihan Teknik Anyam: Pelatihan teknik anyam adalah proses pendidikan dan pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan individu dalam membuat produk anyaman, seperti tas anyam, keranjang, dan produk kerajinan lainnya. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek teknis dan kreatif dari proses anyam. Selenggarakan workshop untuk mengajarkan teknik anyam terbaru dan inovatif menggunakan alat modern.

Pelatihan Desain: Pelatihan desain pada tas anyam merupakan program yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam merancang tas anyam yang menarik. Pelatihan ini melibatkan berbagai aspek desain mulai dari konsep awal hingga pembuatan produk akhir. Berikan kursus mengenai desain produk yang mengutamakan estetika dan fungsionalitas untuk menarik minat pasar.

Keterampilan Digital: Keterampilan digital pada tas anyam melibatkan penggunaan teknologi untuk merancang, memproduksi, dan memasarkan tas anyam secara efektif. Ajarkan keterampilan dasar digital marketing, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten, dan pengelolaan situs web e-commerce.

Difusi Ipteks

Penyuluhan dengan mengadakan seminar dan diskusi panel mengenai manfaat dan aplikasi teknologi terbaru dalam kerajinan tangan serta pemasaran digital.

Materi Edukasi melakukan penyebarluasan panduan, tutorial, dan materi edukasi melalui platform digital seperti YouTube atau situs web khusus.

Kolaborasi dengan Ahli dengan cara mengajak pakar dari industri kreatif dan digital marketing untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman melalui kuliah tamu atau sesi mentoring.

Substitusi Ipteks

Metode substitusi IPTEKS dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan judul "KERAJINAN TAS ANYAM 'RJA WOVEN BAGS': Pengembangan Inovasi Model dan Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Produk Unggulan Lokal dalam Peningkatan Ekonomi Kreatif di Desa Pangkal" dapat melibatkan beberapa langkah strategis untuk mengintegrasikan teknologi dan pengetahuan terbaru dalam proses pengembangan dan pemasaran produk. Berikut adalah beberapa langkah dan metode yang bisa diterapkan:

Analisis Kebutuhan dan Potensi Produk

Identifikasi tren terbaru dalam industri kerajinan tangan, khususnya tas anyam, serta preferensi konsumen lokal dan global. Serta pelajari produk serupa yang sukses dan analisis faktor-faktor keberhasilannya.

Pengembangan Inovasi Model

Dalam kegiatan ini untuk pengembangan inovasi model digunakan teknologi CAD (Computer-Aided Design) untuk mendesain model tas anyam yang inovatif, Integrasikan elemen desain yang dapat membedakan produk dari pesaing serta implementasikan metode anyam modern yang meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi. Seperti, menggunakan alat bantu digital untuk memastikan konsistensi produk.

Pemanfaatan Digital Marketing

Dalam rangka pengembangan digital marketing, tim pengabdian masyarakat mengembangkan situs web e-commerce yang user-friendly serta optimalkan SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari, memanfaatkan platform

media sosial seperti Instagram, WhatsApp dan TikTok untuk mempromosikan produk dengan menggunakan konten visual yang menarik (4). Gunakan alat analitik untuk memantau performa kampanye digital marketing, serta lakukan penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh.

Peningkatan Ekonomi Kreatif

Untuk meningkatkan nilai dari produk ini diberikan pelatihan kepada pengrajin lokal mengenai teknik anyam terbaru dan keterampilan pemasaran digital (5). Jalin kerja sama dengan lembaga pemerintah, organisasi non-profit, dan pelaku industri lain untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif di desa. Dan buat strategi untuk memasarkan produk tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga internasional, dengan memperhatikan standar kualitas dan kebijakan ekspor.

Evaluasi dan Penyesuaian

Sedang untuk menjaga kualitas dan keberlanjutan produksi dilakukan evaluasi berkala terhadap hasil pengembangan produk dan strategi pemasaran. Terus lakukan inovasi berdasarkan tren pasar terbaru dan umpan balik konsumen untuk memastikan produk tetap relevan dan kompetitif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Inovasi Model

Pengembangan inovasi model pada kerajinan tas anyam “RJA Woven Bags” menunjukkan peningkatan signifikan dalam desain dan fungsionalitas produk. Dengan memanfaatkan teknik anyaman tradisional yang dipadukan dengan desain modern, tas-tas ini menawarkan variasi bentuk dan ukuran yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Misalnya, tas yang awalnya hanya tersedia dalam bentuk tote kini juga tersedia dalam model sling bag dan backpack, memberikan lebih banyak pilihan bagi konsumen. Selain itu, penambahan aksesoris unik dan penggunaan warna-warna cerah yang trendi berhasil menarik perhatian pasar yang lebih luas, termasuk kalangan muda.

Pemanfaatan Digital Marketing

Dalam hal pemasaran, pemanfaatan digital marketing telah menjadi kunci dalam mempromosikan “RJA Woven Bags” melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp dan TikTok. Brand ini berhasil menciptakan brand terkini yang lebih luas dan menjangkau pelanggan potensial di luar desa Pangkal bahkan sampai ke luar negeri. Strategi digital marketing meliputi penggunaan konten visual yang menarik. Hasilnya, penjualan tas anyam mengalami peningkatan yang signifikan, serta terjadi peningkatan jumlah pengikut dan interaksi di media sosial.

Pengembangan Kapasitas Produksi

Peningkatan kapasitas produksi menjadi salah satu hasil penting dari inovasi ini. Dengan meningkatnya permintaan pasar, pelatihan keterampilan anyaman dan investasi dalam peralatan yang lebih modern dilakukan untuk meningkatkan efisiensi produksi. Pelatihan ini tidak hanya melibatkan pengrajin lokal tetapi juga masyarakat sekitar, memperluas keterampilan dan memberikan kesempatan kerja baru. Hal ini berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal dan peningkatan kualitas produk yang dihasilkan.

Peningkatan Ekonomi Kreatif

“RJA Woven Bags” telah menjadi contoh sukses dalam memajukan ekonomi kreatif di Desa Pangkal. Dengan memanfaatkan kreativitas lokal dan teknologi digital, produk ini tidak hanya menambah pendapatan pengrajin tetapi juga mengangkat nama desa di pasar yang lebih luas. Program pemasaran yang terintegrasi dengan strategi digital membantu memperkenalkan

produk ke pasar global, memberikan dampak positif terhadap pendapatan lokal dan menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat.

Tantangan dan Rekomendasi

Meskipun banyak kemajuan yang dicapai, masih ada tantangan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan bahan baku dan persaingan dengan produk impor. Untuk itu, disarankan agar pengrajin terus mengembangkan inovasi produk dan mencari alternatif bahan baku yang lebih berkelanjutan. Selain itu, memperluas jaringan distribusi dan meningkatkan kemampuan pemasaran digital akan lebih mengoptimalkan potensi pasar. Melalui upaya-upaya ini, “RJA Woven Bags” dapat terus berkembang sebagai produk unggulan lokal dan berkontribusi lebih besar dalam peningkatan ekonomi kreatif di desa Pangkal.

Dokumentasi Kegiatan

Berikut Alat dan Bahan yang digunakan :



Berikut saat proses pembuatan tas anyam :



4. KESIMPULAN

Inovasi dalam pengerjaan kerajinan tas Anyam “Rja Woven Bags”, merupakan sebuah terobosan untuk meningkatkan ketrampilan dan pendapatan bagi masyarakat, sehingga di perlukan upaya yang berkesinambungan untuk encapai hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- (1) Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat), 11(1), 92-101.
- (2) Febri, F. Y., Permatasari, D., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan digital marketing sebagai upaya pengembangan strategi pemasaran produk umkm batik Di kelurahan gedog Kota blitar. Transformasi dan Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1), 60-72.
- (3) Tsabita, P., Syabitha, F. N., Hasanah, N., Putra, P. D., Veronika, M., & Alie, J. (2024). Pelatihan Dan Sosialisasi Pengembangan Inovasi Produk Keripik Singkong Sebagai Upaya Peningkatan Umkm Di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(4), 7838-7845.

- (4) Mustapita, A. F. (2020). Inovasi produk olahan kopi sebagai produk unggulan desa guna mendukung Program Desa Sejahtera Mandiri. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(1), 29-34.
- (5) Rahmayanie, A. M., Afiffah, A. V., Anggraini, I. D., Hermawan, H. D., Mukhlisin, L., & Kurniawan, D. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Promosi Konveksi BUMDes. *Buletin KKN Pendidikan*, 4(2), 123-133.