

**PENDAMPINGAN PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN PEMASARAN  
DIGITAL PADA UMKM EKONOMI KREATIF OJI MACRAME DI SANGGAR 04/03  
COKRO GRABAG MAGELANG**

**Winarni <sup>1)\*</sup>, Jati Handayani <sup>2)</sup>, Teguh Budi Santosa<sup>3)</sup>, Nina Woelan Soebroto <sup>4)</sup>, Aris  
Sunindyo <sup>5)</sup>, Prihatiningsih <sup>6)</sup>, Moh. Muslikh <sup>7)</sup>, Septian Yudha Kusuma <sup>8)</sup>, Maharani Rona  
Makom <sup>9)</sup>, Mirasanti Wahyuni <sup>10)</sup>**

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10, Politeknik Negeri Semarang,  
Jl. Prof Sudarto Tembalang, Kota Semarang, 50275  
\*E-mail: winarni@polines.ac.id

**Abstract**

*Community development for "Assistance in Increasing Production Capacity and Digital Marketing for Creative Economy UMKM OJI MACRAME at Sanggar 04/03 Cokro Grabag Magelang", based on identification in the field, several problems can be formulated including Human Resources of Oji Macrame UMKM are still limited, not yet competent to increase their production capacity. Marketing of its products has not taken advantage of the wide potential market opportunities for sales has not been through online/digital media. For this reason, Community Service activities are needed by carrying out Provision, Counseling, Training, Practice and Assistance both in increasing production capacity and digital marketing, one of which is by utilizing Instagram/IG.*

**Keywords:** *digita marketingl, macrame*

**Abstrak**

Pengabdian Kepada Masyarakat "Pendampingan Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pemasaran digital Pada UMKM Ekonomi Kreatif OJI MACRAME di Sanggar 04/03 Cokro Grabag Magelang", berdasarkan identifikasi di lapangan dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi diantaranya Sumber Daya Manusia UMKM Oji Macrame masih terbatas, belum kompeten untuk meningkatkan kapasitas produksinya. Pemasaran produknya belum memanfaatkan peluang potensi pasar yang luas untuk penjualannya belum menggunakan media secara online/digital. Untuk itu dibutuhkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan melaksanakan pembekalan, penyuluhan, pelatihan, praktik dan pendampingan baik dalam peningkatan kapasitas produksi maupun pemasaran secara digital salah satunya dengan memanfaatkan Instagram/IG.

**Kata kunci:** *pemasaran digital, macrame*

**PENDAHULUAN**

**Analisis Situasi**

Berawal dari inspirasi untuk mendukung peningkatan value dari sebuah talikur menjadi berbagai produk yang lebih berguna, menarik serta menciptakan penghasilan melalui kreatifitas munculah ide dari sanggar 04/03 Cokro Grabag Magelang untuk membuat produk inovatif macrame. Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) macrame disebut bentuk kerajinan simpul menyimpul dengan merangkai rangkaian benang awal dan akhir suatu hasil tenunan dengan membuat berbagai simpul pada rantai benang tersebut sehingga terbentuk aneka rubai dan jumbai. Rangkaian macrame ini dapat berdampak pada aspek finansial dan sosial warga.

UMKM Oji Macrame Show room dan bengkel kerja ada di sanggar 04/03 Grabag Magelang . Tim berkunjung ke Show room dan bengkel kerja berfoto dengan latar belakang produk kreatif dari Oji Macrame sbb:



Gambar 1 : Identifikasi Permasalahan Mitra

**Identifikasi peluang bisnis**, produk kreatif *Oji macrame* berbahan dasar talikur bernilai seni tersebut akan dapat dijual dengan harga yang beragam. Hal tersebut mendasari untuk membangun wirausaha kreativitas seni simpul menjadi produk kreatif *Oji macrame* dengan produk diversifikasi dapat berupa antara lain aneka hiasan dinding, topi, gantungan baju dsb dengan harga yang terjangkau oleh khalayak umum.

**Potensi Bisnis** wirausaha macrame dari talikur/benang menjadi produk kreatif ini memiliki peluang bisnis yang cukup menguntungkan. Karena saat ini selera masyarakat menyukai berbagai variasi berpenampilan kekinian, berbagai hiasan dinding untuk sarana *selfie* maupun *photo booth* yang menarik bagi milenial. Produk ini memiliki potensi yang cukup baik, diminati dan akan menjadi *trend* terus menerus karena model desain karya seni tidak pernah kuno dan selalu kekinian. Disamping itu juga ditunjang dukungan kuat dari Pemerintah Kota Magelang yang memberikan wadah bagi masyarakat untuk menampung produk kreatif dari warganya yang ditata sedemikian rupa sehingga memiliki daya jual. Berbagai bentuk produk kreatif *Oji macrame* dari wirausaha bahan talikur/benang sebagai berikut :

Gambar 2. Produk macrame dari talikur



**PERMASALAHAN MITRA**

Produk macrame ada potensi ekspor karena keunikan produk ini namun demikian karena produk ini merupakan produk handmade sangat membutuhkan kreatifitas dari sumber daya manusia. Pada Oji macrame ini ada keterbatasan sdm yang mampu membuat produk macrame masih sangat terbatas sehingga belum mampu untuk memenuhi pesanan. Disamping itu untuk mampu meraih peluang pesanan ekspor diperlukan pemasaran secara digital. Agar hal tersebut dapat dicapai, diperlukan adanya pengarahannya serta pendampingan dalam hal pendampingan produksi dan pembuatan sarana pemasaran secara digital. Sehubungan hal tersebut Tim Pengabdian Politeknik Negeri Semarang mengupayakannya melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Pendampingan Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pemasaran Digital Pada UMKM Ekonomi Kreatif Oji Macrame di Sanggar 04/03 Cokro Grabag Magelang”.

**Solusi Yang Ditawarkan Kepada Mitra**

Tabel 1. Metode Solusi

No	Masalah	Tawaran Solusi	Fasilitator
1	Produksi Mitra terkendala keterbatasan sumber daya manusia untuk pembuatan produk macrame ini dibuat handmade sehingga diperlukan sumber daya manusia yang terampil dan telaten. Pemasaran masih secara offline dengan memasarkan melalui even pameran dan memasarkan kepada	1. Menambah sumber daya manusia melalui pelatihan simpul menyimpul atau teknis macrame terhadap masyarakat sekitar sanggar.  2. Memberikan pendampingan untuk pembuatan media pemasaran secara digital melalui	Tim Pengabdian Pada Masyarakat Politeknik Negeri Semarang

masyarakat sekitar saja, belum melakukan pemasaran secara digital  
 3.Pemberian peralatan guna mendukung inovasi produk baru

**Target Luaran**

Rencana Target Capaian Luaran-Publikasi adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Rencana Target Capaian Luaran-Publikasi

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1	Publikasi Artikel ilmiah di Jurnal/ Prosiding	v
2	Pemakalah Ilmiah	v

**Tujuan**

Kegiatan pengabdian masyarakat telah terselenggara dengan tujuan sebagai berikut :

1. Membuat diversifikasi produk macrame dengan pembuatan beberapa produk yang bisa di gunakan untuk souvenir disetiap event kegiatan seperti pernikahan, seminar kit yang berupa beberapa pernik gelang, gantungan kunci.
2. Mitra diberikan pemahaman pentingnya pemasaran secara digital salah satunya dengan pembuatan Instagram/IG : oji\_macramee guna memperkenalkan dan memasarkan produk secara luas dengan  
 IG :[https://www.instagram.com/oji\\_macramee?igsh=YzljYTk1ODg3Zg==](https://www.instagram.com/oji_macramee?igsh=YzljYTk1ODg3Zg==)
3. Mitra diberikan beberapa peralatan pendukung untuk mempermudah proses produksi seperti Gunting kain Fishcut 12", Macrame plant hanger 1 set, Tali benang katun macrame natural 3 mm 500 gram
4. Pendampingan mitra pasca kegiatan dengan melakukan monitoring.

**METODE PELAKSANAAN**

**Metode Pelaksanaa**

Tabel 3. Metode Pelaksanaan Kegiatan

No	Masalah	Tawaran Solusi	Rencana Kegiatan
----	---------	----------------	------------------

1	<p>Produksi terkendala keterbatasan sumber daya manusia untuk memenuhi pesanan berbagai produk macrame karena produk sangat diperlukan ketrampilan hand made, inovasi produk baru perlu didukung media pemasaran yang digital tidak lagi menggunakan tradisional .</p>	<p>Mitra 1.Pelatihan membuat produk inovatif berbahan talikur, usefull dan dipakai banyak orang. 2.Pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan produk Oji macrame secara digital melalui istragram . 3.Penyuluhan dan pendampingan dalam mewujudkan jiwa wirausaha</p>	<p><i>Lecturing:</i> Pembekalan, penyuluhan, dan ceramah. <i>Mentoring:</i> (a)Praktek membuat produk baru yang usefull dan dibutuhkan banyak konsumen seperti pernak pernik gelang, gantungan kunci, bentuk bentuk souvenir pernikahan, seminar kit. <i>Focus Group Discussion:</i> Diskusi dan sesi tanya jawab. <i>Monitoring:</i> Pendampingan secara berkelanjutan.</p>
---	--	--	--

### **Khalayak Sasaran Antara Yang Strategis**

Kegiatan ini khalayak sasaran antara yang strategis untuk dilibatkan adalah SDM UMKM ekonomi kreatif di desa Cokro Grabag Magelang khususnya pada ekonomi kreatif dalam menggunakan tali kur untuk menjadi produk kreatif yang unik, fungsional dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

### **Rancangan Evaluasi**

Untuk melakukan evaluasi terhadap keberhasilan kegiatan ini akan dilakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Evaluasi terhadap respon peserta terhadap pelatihan untuk membuat inovasi produk baru yang lebih simpel dan mudah di jual dengan melakukan dialog dan berdiskusi dengan para peserta pelatihan.
2. Melakukan evaluasi terhadap daya serap pembelajaran penggunaan literasi pemasaran digital. Dengan mengamati tingkat pemahaman materi yang sudah diberikan.

Melakukan evaluasi terhadap kinerja mitra peserta baik dari munculnya inovasi produk baru maupun kienerja tersedianya informasi laporan keuangan setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan

### **HASIL YANG DICAPAI**

#### **Realisasi Hasil Pelaksanaan Kegiatan**

Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema “Pendampingan Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pemasaran Digital pada UMKM Ekonomi Kreatif Oji Macrame di Sanggar 04/03 di Grabag Magelang dilaksanakan melalui kegiatan pembekalan, pelatihan dan praktik dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM Kreatif di Sanggar Oji Macrame Grabag Magelang,

dilaksanakan pada hari Kamis, Tanggal 29 Agustus 2024 dimulai pada pukul 08.00 sampai dengan pukul 15.00 WIB.

Tempat kegiatan di Sanggar 04/03 Oji Macrame Grabag Magelang

Materi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai berikut :

- 1) Pembekalan, pendampingan dan praktik inovasi produk baru guna peningkatan penjualan dan memperluas pangsa pasar dalam mewujudkan kemandirian UMKM ekonomi kreatif.
- 2) Pendampingan dalam pembuatan IG Oji Macrame sebagai sarana pemasaran digitalisasi keuangan.
- 3) Penyerahan beberapa peralatan pendukung untuk mempermudah proses produksi, gunting kain Fishcut 12", Macrame plant hanger 1 set, Tali benang katun macrame natural 3 mm 500 gram
- 4) Melakukan monitoring pasca pelaksanaan dalam penyusunan laporan keuangan.

Dokumentasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian :



Gambar 3. Praktik Membuat Produk Baru



Gambar 4. Hasil Inovasi Produk Baru

### Khalayak Sasaran

Kegiatan ini khalayak sasaran antara yang strategis untuk dilibatkan adalah UMKM Ekonomi Kreatif di Sanggar 03/04 Oji Macrame Grabag Magelang,

Dokumentasi peserta pada pelaksanaan kegiatan Pengabdian :



Gambar 5. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat

### Metode Evaluasi

Untuk melakukan evaluasi terhadap keberhasilan kegiatan ini akan dilakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Melakukan komunikasi dengan para peserta pelatihan.
2. Melakukan evaluasi pasca dilakukan pembekalan dan praktik dari pemanfaatan talikur untuk dibuat produk handycraft yang lebih bermanfaat dan punya nilai jual yang lebih tinggi.
3. Melakukan evaluasi terhadap pemahaman literasi pemasaran secara digital

### KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berjalan lancar. Pelaksanaan diawali dengan tahap persiapan, analisis kebutuhan mitra, pelaksanaan pendampingan dan praktik, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: :

1. UMKM ekonomi kreatif mampu menciptakan inovasi produk-produk baru yang lebih mudah dibuat dan mempunyai nilai jual yang mudah laku, sehingga berdampak pada penerimaan pendapatan.
2. Terwujudnya Literasi pemasaran secara digital melalui pembuatan IG Oji Macrame, dan pemasaran produk bisa lebih luas marketnya.
3. Terwujudnya wadah kreatifitas masyarakat hingga dapat meningkatkan kinerja sosial dan ekonomi.

### SARAN

Saran terhadap Kegiatan Kepada Masyarakat ini adalah :

1. Guna peningkatan daya serap dari hasil produk inovatif yang sudah dibuat perlu sarana promosi melalui even yang rutin dan berkesinambungan sampai tingkat wilayah kelurahan.
2. Produk yang dibuat menggunakan handmade sehingga diperlukan upgrade skill yang terus menerus.
3. Mitra perlu diberikan pemahaman dan pendampingan terus menerus terhadap pentingnya memasarkan produknya secara digital sehingga jangkauan marketnya lebih luas, sehingga mudah terciptanya marketable jika ingin mengembangkan usahanya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Dharmawati, Made. 2016, Kewirausahaan, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- [2] Fahmi, Irham. 2016, Kewirausahaan, Teori, kasus & Solusi, Alfabeta, Bandung.
- [3] Hasaan, Ali. 2008, Marketing. Media Pressindo, Yogyakarta.
- [4] Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran, PT Macanan Jaya Cemerlang, Jakarta.
- [5] Lup[yoadi, Rambat. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- [6] Riyanto, Bambang. 2008. Dasar-Dasar Pembelanjaan, Media Pressindo, Yogyakarta.
- [7] Suparyanto, 2016, Kewirausahaan, Alfabeta, Bandung.