

PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN KREATIF PRODUK KERAJINAN TANGAN RIKIWAY GROUP TEMANGGUNG

Sandi Supaya¹⁾, Mardinawati²⁾, Makmun Riyanto³⁾

^{1,3}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang Jl. Prof. Soedarto, SH., No.1,
Semarang, 50275

²Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang Jl. Prof. Soedarto, SH., No.1, Semarang,
50275

Email: sandi552017@gmail.com

Abstrak

Mitra Program Pengabdian Masyarakat ini adalah kelompok pengrajin produk kerajinan “Rikiway Group Temanggung. Produk yang dihasilkan adalah kerajinan tangan rajutan, souvenir wisuda, souvenir hajatan, bros hiasan kerudung, dompet tas, dan lain sebagainya. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah pemasaran melalui media social belum mencapai hasil yang diharapkan, belum menghitung harga pokok SAK-UMKM, dan belum mempunyai etalase tertutup untuk display produk *bouquet* berbahan dari makanan ringan, dan produk souvenir dari bahan rajutan. Tujuan kegiatan Program Pengabdian Masyarakat ini adalah meningkatkan kemampuan mitra dalam penerapan manajemen pemasaran kreatif melalui media social, dan meningkatkan kemampuan mitra dalam menghitung harga pokok produksi. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah praktek penerapan manajemen pemasaran kreatif melalui media social, praktek menghitung harga pokok produk, pendampingan usaha dan monitoring. Kesimpulan kegiatan ini adalah sangat membantu Rikiway Group Temanggung dalam meningkatkan manajemen pemasaran kreatif, menghitung harga pokok produk. Saran dari kegiatan ini adalah sebaiknya dilakukan kegiatan pendampingan, dan pemantauan berkelanjutan agar jangkauan pemasaran dan omzet penjualan meningkat.

Kata Kunci: *konten, pemasaran kreatif, kerajinan tangan, media social, standar akuntansi*

Abstract

The partner of this Community Service Program is the Rikiway Group Temanggung, a group of artisans specializing in handicrafts. Their products include knitted handicrafts, graduation souvenirs, wedding souvenirs, decorative brooches for headscarves, purses, and other items. The challenges faced by the partners include not achieving the desired results through social media marketing, not calculating the cost of goods sold (SAK-UMKM), and not having a closed display case to display bouquets made from snacks and souvenirs made from knitted materials. The objective of this Community Service Program is to improve the partners' ability to apply creative marketing management through social media and to improve their ability to calculate the cost of goods produced. The implementation methods used include practicing creative marketing management through social media, calculating the cost of goods produced, and providing business mentoring and monitoring. The conclusion of this activity was that the Rikiway Group Temanggung significantly assisted in improving their creative marketing management and calculating the cost of goods produced. The recommendation from this activity is to conduct mentoring and ongoing monitoring to increase marketing reach and sales turnover.

Keywords: *content, creative marketing, handicrafts, social media, accounting standards*

PENDAHULUAN

Pemerintah daerah Kabupaten Temanggung telah menggalakkan bidang ekonomi kreatif, dengan SK Nomor: 750/355 tahun 2024. Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang melibatkan produksi dan distribusi barang dan jasa, membutuhkan ide kreatif dan kemampuan intelektual. Ekonomi kreatif didukung oleh informasi dan kreativitas. Ide dan pengetahuan sumber daya manusia menjadi faktor produksi utama. Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kelompok pengrajin produk *handmade* di Temanggung bernama Rikiway Group. Kegiatan dari Rikiway Group Temanggung ini adalah mengkoordinir dan memasarkan produk kerajinan tangan dari para pengrajin yang menjadi anggota Rikiway Group. Jika ada pesanan khusus produk tertentu yang dilakukan melalui Rikiway Group Temanggung, maka ketua kelompok memberikan order pesanan tersebut ke kelompok pengrajin yang sesuai. Setelah produk selesai dibuat, diberi label Rikiway dan dikemas oleh Rikiway Group Temanggung, kemudian barang pesanan dikirim ke pemesan. Semua anggota Rikiway Group Temanggung ikut



serta memasarkan hasil produk. Jenis hasil produk kerajinan *handmade* berupa tas dan dompet dari bahan kulit, mitasi, kain dan rajut; hiasan dinding dari bahan talikur; gantungan kunci dari bahan rajut, talikur dan akrilik; bouquet yang isinya bunga kertas, bunga dari kain, bouquet yang isinya dari bahan makan kering; serta masih banyak lagi hasil kerajinan tangan yang dipasarkan melalui kelompok (gambar 1). Para pengrajin *handmade* sebagian hanya memproduksi saja, sedangkan proses *packaging* serta pemasaran diserahkan kepada kelompok lain.

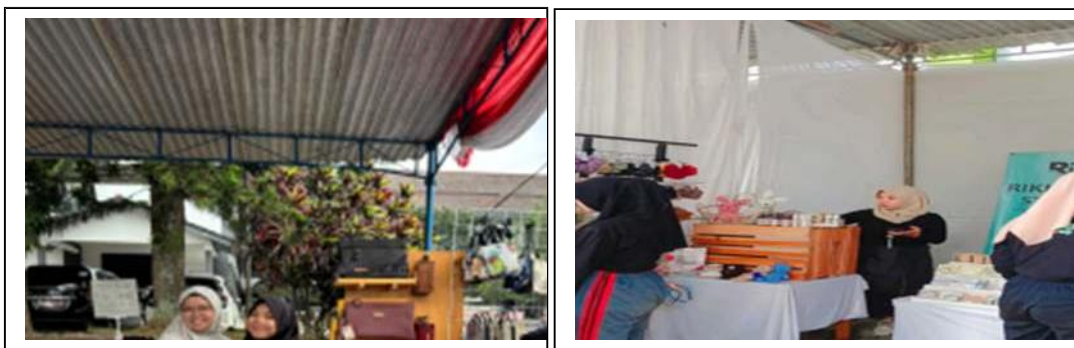


Gambar 1: Jenis Hasil Produk Kerajinan *Handmad*

Tujuan dibentuknya kelompok Rikiway Group adalah mempermudah proses pemasaran hasil produk kerajinan *handmade*. Melalui Rikiway Group Temanggung ini para pengrajin lebih mudah berkembang dan mudah menghadapi tantangan industri kreatif secara bersama-sama.

Rikiway Group Temanggung beralamat di Desa Termas, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Temanggung. Rikiway Group berdiri tanggal 30 Januari 2022. Ketua kelompok Ibu Eka Nur Rokhimah mempunyai tugas mengelola dan memasarkan produk kerajinan. Hasil produk kerajinan handmade dipajang (*display*) langsung di toko yang beralamat di jalan di Desa Termas, dipasarkan pada acara *Car Free Day (CFD)* setiap hari Minggu di Kota Temanggung, dipasarkan melalui pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, dan dijual secara online melalui media sosial. Daerah pemasaran di luar kota Temanggung adalah Yogyakarta dan Surabaya. Pemasaran masih banyak dilakukan secara langsung di acara pameran dan melalui kenalan.

Meskipun Rikiway Group Temanggung sudah memiliki media sosial WA, Facebook, dan Instagram, namun penggunaan media sosial sebagai media pemasaran belum memberikan hasil penjualan yang memuaskan. Pameran yang pernah diikuti Rikiway Group adalah acara Grebeg di Desa Kandangan Temanggung, gelar HUT Temanggung, Event Temanggung Festifal Tahun 2022 dan lapak PKK Kabupaten setiap bulan sekali. Pada acara pameran tersebut tempat stand sudah ditentukan, tidak dikhususkan untuk hasil kerajinan dari Rikiway Group, tetapi merupakan gabungan dari banyak kerajinan yang dihasilkan dari beberapa kelompok pengrajin di Temanggung (gambar 2)



Gambar 2: Kegiatan Pameran Produk Rikiway Group Temanggung di SMK 1

Tujuan dari program ini adalah menambah ketrampilan dalam meningkatkan penjualan melalui media social, serta meningkatkan ketrampilan dalam menghitung harga pokok produksi (HPP) yang sesuai SAK- UMKM. Dengan demikian diharapkan kegiatan ini mempunyai pengaruh dalam memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan omzet penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah praktek, pendampingan usaha dan monitoring pada bidang pemasaran dan keuangan. Praktek bidang pemasaran terdiri dari praktek manajemen pemasaran kreatif dan praktek mendisplay produk kerajinan pada etalase kaca. Tim menyiapkan etalase dari kaca, mitra menyiapkan produk kerajinan yang akan dipajang pada etalase. Setiap jenis media social memiliki karakter yang berbeda, setidaknya karakter yang berkaitan dengan jenis audiens, ukuran, serta konten. Praktek manajemen pemasaran kreatif menggunakan materi yang telah disiapkan oleh Tim. Praktek manajemen pemasaran kreatif media social focus pada interaksi yang lebih banyak (*like*, komentar, *share*), mendapatkan pengikut baru dan konversi audiens menjadi pelanggan yang melakukan pembelian.

Praktek bidang keuangan meliputi praktik menghitung harga pokok produk (HPP). Praktek di bidang keuangan focus pada menghitung harga pokok produks (HPP) yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (SAK-UMKM) dengan menggunakan bantuan program Microsoft Excel. Sebelum melakukan praktek perhitungan harga pokok, terlebih dahulu dikenalkan standar akuntansi keuangan untuk usaha mikro kecil menengah (SAK-UMKM). Praktik menyusun harga pokok produk (HPP) dimulai dengan memberikan pengertian dan contoh HPP yang sesuai standar SAK-UMKM, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan menyiapkan bukti transaksi, mencatat transaksi ke perhitungan HPP. Tim program pengabdian masyarakat mendampingi mitra selama program berlangsung. Pedampingan dilakukan pada praktek manajemen pemasaran kreatif pada platform media social WhatApps (WA), Facebook, dan Instagram (IG). Tujuan dari pendampingan usaha adalah untuk meningkatkan interaksi yang lebih banyak (*like, komentar, share*), meningkatkan atau mendapatkan pengikut baru, dan konversi audiens menjadi pelanggan yang melakukan pembelian. Tim program pengabdian masyarakat juga memberikan pendampingan pada saat prkaktek perhitungan biaya produksi (HPP) yang sesuai standar SAK-UMKM untuk satu jenis produk kerajinan anggota Rikiway Group.

Monitoring bertujuan untuk memberikan solusi permasalahan dan mengetahui dampak setelah diadakan kegiatan program pengabdian masyarakat pada Rikiway Group Temanggung. Monitoring difokuskan pada perubahan peningkatan interaksi (*like, komentar, share*), perubahan pengikut baru, perubahan konversi audiens menjadi pelanggan, peningkatan omzet penjualan kerajinan dan peningkatan pendapatan bagi anggota kelompok Rikiway Group Temanggung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat ini terdiri dari hasil praktek meningkatkan kemampuan dalam menerapkan manajemen pemasaran kreatif melalui platform media social, dan hasil dalam meningkatkan kemampuan menyusun harga pokok produksi yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (SAK-UMKM).

Dalam membangun *branding, angagement, dan awareness* digunakan dua format konten visual utama, yaitu *feed* (postingan biasa) dan *reel* (vedio singkat). Feed (postingan biasa) menampilkan foto, *carousel* (beberapa gambar), atau video pendek yang muncul di profil. Reels merupakan video vertikal berdurasi singkat yang berfokus pada kreativitas dan hiburan, dan mudah menjangkau audiens baru. Feed adalah tampilan utama akun yang mencerminkan identitas

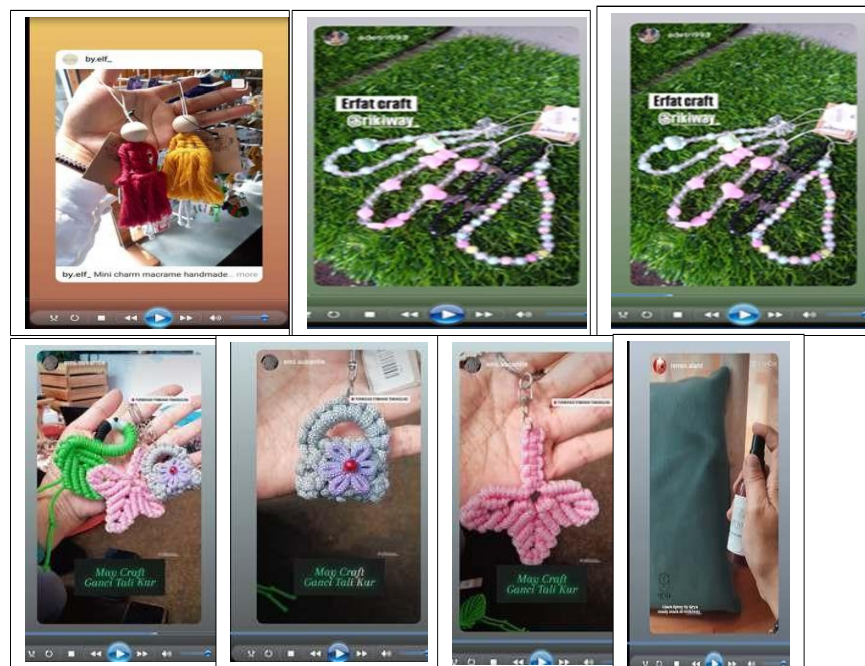
visual dan profesionalitas brand. Langkah-langkah dalam pembuatan konten untuk Feeds dimulai dengan menentukan konsep dan tema visual, kemudian dilanjutkan dengan perencanaan konten, desain produksi, dan penulisan caption. Reels berfungsi untuk menjangkau audiens lebih luas karena didukung algoritma Instagram. Formatnya video vertikal 9:16 dengan durasi maksimal 90 detik. Pembuatan Reels dimulai dengan menggunakan *hook* di awal (tiga detik pertama), kemudian music dan tren, teks dan subtitle, pencahayaan alami, dan optimasi caption dan *hashtag* untuk membantu algoritma mengenali topic. Kegiatan pembuatan, dan tampilan konten visual (vedio) dalam format feed dan reels terdapat pada gambar 3 dan 4. Format ini sangat berguna dalam membranding, mengedukasi, dan mempromosikan produk kerajinan handmade Rikiway Group. Secara rinci kegunaan *feed* dan *reels* dalam strategi pemasaran kreatif handmade Rikiway Group terdapat pada table 1

Tabel 1-Manfaat feed dan reels dalam strategi pemasaran kreatif

Tujuan	Feed	Reels
Branding	Membangun identitas dan nilai brand	Menunjukkan sisi kreatif dan human dari brand
Edukasi	Posting carousel berisi tips atau informasi	Vedio tutorial singkat <i>how to</i>
Promosi Produk	Menampilkan katalog dan detail produk	Demo penggunaan before-after
Engagement	Quotes, testimony, behind the scene	Challenge, tren, atau vedio lucu



Gambar 3: Pembuatan video *feed* dan *reels*



Gambar 4: Hasil Pembuatan video *feed* dan *reels*

Untuk menghitung Harga pokok produksi (HPP) yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (SAK-UMKM) Rikiway Group diberikan pelatihan dan praktek perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Pengertian dan contoh diberikan secara sederhana, tidak serumit SAK penuh. Fokusnya pada pengakuan biaya nyata yang langsung terkait dengan produk yang dihasilkan anggota Rikiway Group. HPP adalah total biaya atas seluruh proses pembuatan produk kerajinan handmade anggota Rikiway Group. Komponen HPP dikelompokkan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead produksi. Langkah-langkah perhitungan HPP:

1. Hitung biaya bahan (material) per unit

Dalam perhitungan HPP diasumsikan informasi proses pembuatan produk kerajinan handmade anggota Rikiway Group sebagai berikut:

- a. Jumlah produksi per batch: 100 unit
- b. Tingkat scrap / reject: 5% → unit jadi efektif = 95 unit
- c. Waktu kerja per unit: 10 menit
- d. Upah tenaga kerja: Rp 25.000 / jam
- e. Overhead tetap (listrik, sewa bagian, depresiasi alat) per batch: Rp 500.000
- f. Overhead variabel (listrik tambahan, bahan habis pakai kecil) per unit: Rp 100

Bill of Materials (BOM) — biaya per unit

- a. Kawat: Rp 500
- b. Bulu: Rp 3.000
- c. Ring / kait: Rp 700
- d. Manik / ornamen kecil: Rp 200
- e. Lem / bahan tambahan: Rp 100
- f. Kemasan (plastik + kartu): Rp 800

Total bahan (material) per unit = $500 + 3.000 + 700 + 200 + 100 + 800 = \text{Rp } 5.300$

2. Hitung biaya bahan total per batch

- a. Biaya bahan per unit = Rp 5.300
- b. Untuk 100 unit:

3. Hitung biaya tenaga kerja

- a. Waktu total produksi untuk 100 unit = $100 \times 10 \text{ menit} = 1000 \text{ menit}$

b. Konversi ke jam: $1000 \div 60 = 16,6667$ jam

c. Upah per jam = Rp 25.000

Biaya tenaga kerja = $16,6667 \times 25.000 = \text{Rp } 416.667$

4. Hitung overhead

d. Overhead tetap per batch = Rp 500.000

e. Overhead variabel per unit = Rp 100 $\rightarrow$ untuk 100 unit = $100 \times 100 = \text{Rp } 10.000$
Total overhead = $500.000 + 10.000 = \text{Rp } 510.000$

5. Total biaya produksi batch

Total biaya = Bahan + Tenaga kerja + Overhead

Total biaya = $530.000 + 416.667 + 510.000 = \text{Rp } 1.456.667$

6. Hitung scrap/yield efektif

Scrap 5% $\rightarrow$ unit jadi efektif = $100 \times (1 - 0,05) = 95$

7. HPP per unit (Harga Pokok Produksi per unit)

HPP/unit = $\frac{\text{Total biaya}}{\text{Unit jadi}} = \frac{1.456.667}{95} = \text{Rp } 15.338,60$

Bulatkan: Rp 15.339 / unit

8. Penentuan harga jual & margin

Beberapa pilihan markup / harga jual contoh:

a. Markup 100% (kali 2):

Harga jual = $15.339 \times 2 = \text{Rp } 30.678$

b. Markup 250% (kali 2,5):

Harga jual = $15.339 \times 2,5 = \text{Rp } 38.347,5$ $\rightarrow$ bulatkan Rp

38.348 Margin kotor $\approx 60\%$

c. Markup tetap Rp 20.000 profit per unit:

Harga jual = $15.339 + 20.000 = \text{Rp } 35.339$

Dengan bantuan Microsoft Excel bila terjadi perubahan harga bahan, waktu produksi per unit, upah/jam, overhead, dan scrap sesuai kondisi real maka HPP produk segera dapat diketahui. Pelatihan dan praktek perhitungan HPP SAK-UMKM ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan ketrampilan mencatat dan menghitung biaya produksi yang diakui sebagai biaya nyata yang langsung terkait dengan produk yang dihasilkan anggota Rikiway Group. Praktek menghitung

harga pokok produk (HPP) ini juga sangat bermanfaat dalam menentukan strategi harga jual yang disesuaikan dengan harga jual kompetitor, positioning produk, dan target keuntungan.

KESIMPULAN

Kegiatan ini sangat membantu Rikiway Group Temanggung dalam meningkatkan penerapan manajemen pemasaran kreatif dan ketrampilan dalam menghitung HPP SAK-UMKM produk kerajinan tangan. Ketrampilan anggota Rikiway Group Temanggung dalam membuat konten vedio format feed dan reels meningkat. Ketrampilan pembuatan konten tersebut sangat bermanfaat dalam dalam membranding, mengedukasi, dan mempromosikan produk. Peningkatan ketrampilan menghitung HPP SAK-UMKM sangat bermanfaat dalam menentukan strategi harga jual yang disesuaikan dengan harga jual kompetitor, positioning produk, dan target keuntungan. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini membantu Rikiway Group Temanggung bermanfaat dalam meningkatkan omzet penjualan, kesadaran merk, interaksi, jangkauan pasar sasaran. Saran dari kegiatan ini adalah sebaiknya Rikiway Group Temanggung diberikan pendampingan dan pemantauan berkelanjutan, agar jangkauan pemasaran dan omzet penjualan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ariyanto, Ryan. 2024. Pemasaran Digital untuk Produk Kerajinan dan Hasil Bumi Desa- Materi Digital Marketing Lengkap.
<https://sedesa.id/pemasaran-digital-untuk-produk-kerajinan-dan-hasil-bumi-desa/>
- [2] Ayodya, Wulan. 2022. UMKM 4.0-Strategi UMKM memasuki Era Digital. Jakarta: PT Elex Media Komputindo-Kelompok Gramedia.
- [3] Ayudhi, Lisa Fitriani Rahman Shinta. 2020. Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK EMKM) Pada Umkm Di Kota Padang. JKAA: Jurnal Kajian akuntansi dan Auditing, Vol. 15, No. 1(2020)
<https://jkaa.bunghatta.ac.id/index.php/JKAA/article/download/17/13/>
- [4] Magelangekspres. 2021. Sejuta Asa Dini Defitri Sang Prajurit Tali Kur masa Depan Gemilang. <http://hebat.temanggungkab.go.id/news/2925117>
- [5] Mula, Charles Triyono. 2023. Strategi Pemasaran Digital Kerajinan Cerek dan Cangkir dari Tempurung Kelapa di Desa Geliting. Panrita Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat, Universitas Hasanuddin, Vol 7 no 2 (2023), 427-434
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi/article/view/20024>
- [6] Permana, Andrian. 2019. *Pemasaran Melalui Media Sosial Solusi Pemasara Digital Bisnis Anda*. <https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/>
- [7] Sujarweni, V. Wiratna. 2021. Akuntansi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- [8] Supaya, Sandi; Makmun Riyanto, Mardinawati Mardinawati, Ahmad Wafa Mansur. Penerapan Teknologi Pemasaran Produk Kopi Menggunakan Media Online Pada Kub Tani Manunggal Temanggung. Sitechmas (Hilirisasi Technology Kepada Masyarakat), Vol. 2 No. 1 (2021): Vol. 2 No. 1 April 2021
<https://doi.org/10.32497/sitechmas.v2i1.2612>
- [9] Temanggungkab.go.id. 2024. Dorong Temanggung Jadi kabupaten Kreatif, Pj. Bupati Keluhkan Komite Ekonomi Kreatif.
https://temanggungkab.go.id/frontend/d_berita/8736