



PENINGKATKAN DAYA SAING UMKM PUTRI RAJUT SERDANG MENANG MELALUI INOVASI PEMASARAN TAS RAJUT

Putri Al Fianah¹, Nur Irfansyah², Riski Hania³, M.Aldi Rizky⁴, Mesya Dwi Anjani⁵, M.Reiki Dwi F⁶, Nagisya Fryda A⁷, M.Sandi Aldo⁸, M.Sabil Hasri D⁹, Alan Tariska P¹⁰, M.Tas'an¹¹, Naura Nurul I¹², Calya Devika S¹³, Darmayanti¹⁴

Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia¹⁻¹⁴

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan oleh KKN Angkatan 63 Kelompok 47 di Desa Serdang Menang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan merajut dan pemasaran digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pelatihan dan pendampingan. Metode yang digunakan meliputi analisis situasi, pelatihan keterampilan merajut, dan penerapan strategi pemasaran digital. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan pendapatan UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran. Dengan mendorong inovasi dalam strategi pemasaran, diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat di Desa Serdang Menang. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan teknis masyarakat dalam pembuatan tas rajut, serta kemampuan dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, peserta belajar pentingnya branding yang kuat dan pelayanan pelanggan yang responsif, yang berkontribusi pada peningkatan interaksi dengan konsumen. Meskipun terdapat variasi dalam pemahaman teknologi di antara peserta, kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif terhadap daya saing produk lokal.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Keterampilan Merajut, Branding, E-Commerce, Interaksi Konsumen, Pelatihan.

Abstract

Community service activities carried out by KKN Batch 63 Group 47 in Serdang Menang Village aim to improve knitting and digital marketing skills for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through training and mentoring. The methods used include situation analysis, knitting skills training, and the implementation of digital marketing strategies. The main purpose of this activity is to improve the quality of products produced and MSME income by utilizing digital technology in marketing. By encouraging innovation in marketing strategies, it is hoped that it can have a positive impact on the economic development of the community in Serdang Menang Village. The results of the activity showed the improvement of the community's technical skills in making knitted bags, as well as the ability to utilize social media and e-commerce platforms to expand market reach. Additionally, participants learned the importance of strong branding and responsive customer service, which contribute to increased interaction with consumers. Although there was a variation in technology understanding among the participants, this activity managed to have a positive impact on the competitiveness of local products.

This is an open access article under the CC BY-SA License.

Penulis Korespondensi :

Kelompok 47

Universitas Muhammadiyah Palembang

Email:

DOI <http://doi.org/10.32502/se.v1i1.7391>



Keywords: *MSMEs, Digital Marketing, Knitting Skills, Branding, E-Commerce, Consumer Interaction, Training.*

Pendahuluan

Inovasi pemasaran digital telah menjadi kebutuhan mendesak bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, terutama di era digital saat ini. UMKM berperan penting dalam perekonomian lokal, namun banyak di antaranya yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini menyebabkan potensi mereka tidak terkelola dengan baik, terutama dalam hal pemasaran produk kerajinan tangan yang dihasilkan. Desa Serdang Menang, dengan potensi kerajinan merajut yang dimiliki, menghadapi tantangan dalam memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas.

Masalah utama yang dihadapi oleh UMKM di Desa Serdang Menang adalah keterbatasan dalam menggunakan strategi pemasaran yang efektif. Pemasaran yang selama ini dilakukan masih bersifat lokal dan mengandalkan metode tradisional, seperti word of mouth, yang tidak cukup untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, pelaku usaha juga sering kali tidak memiliki pengetahuan yang memadai dalam menentukan harga jual yang kompetitif (Pratiwi, 2017). Oleh karena itu, dibutuhkan solusi yang dapat membantu mereka memanfaatkan teknologi digital dengan lebih baik.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan e-commerce, dapat meningkatkan daya saing UMKM. Misalnya, penelitian oleh Budi Harto et al. (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara efektif dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan volume penjualan. Selain itu, penggunaan platform e-commerce juga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM (Harto & Taufikurachman, 2020).

Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam inovasi pemasaran digital bagi UMKM tas rajut di Desa Serdang Menang. Pelatihan ini akan mencakup strategi pemasaran digital, penggunaan platform media sosial, dan penghitungan harga pokok produk untuk menentukan harga jual yang kompetitif. Pendekatan yang diusulkan adalah kolaboratif, di mana para pelaku usaha akan dibimbing secara langsung dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan keterampilan merajut dan pemasaran produk kerajinan tangan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM di Desa Serdang Menang dapat meningkatkan daya saing mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain dalam mengadopsi inovasi pemasaran digital.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan merajut dan pemasaran digital bagi UMKM di Desa Serdang Menang, sehingga produk kerajinan mereka dapat dikenal secara luas dan bersaing di pasar. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pelaku usaha dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan dan mandiri.

Metode Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Serdang Menang, Kecamatan Sirah Pulau Padang, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, dirancang untuk memperkuat keterampilan merajut dan penerapan strategi pemasaran digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Desain kegiatan ini mencakup beberapa tahap, yaitu analisis situasi, pelatihan,

dan pendampingan. Tahap awal melibatkan analisis situasi yang dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pelaku usaha, bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam pemasaran produk mereka (Hendrawati, 2018).

Setelah analisis situasi, dilakukan pelatihan selama dua sesi. Sesi pertama difokuskan pada keterampilan merajut dan teknik pembuatan produk, sedangkan sesi kedua membahas strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform e-commerce (Pratiwi, 2017). Kegiatan pelatihan ini berlangsung dari tanggal 18 hingga 25 Februari 2025.

Selanjutnya, tahap pendampingan melibatkan bimbingan langsung kepada pelaku usaha dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari. Pendampingan dilakukan melalui bantuan dalam pembuatan akun media sosial dan pengelolaan konten pemasaran (Budi Harto et al., 2021). Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam merajut dan memasarkan produk secara digital, serta memperkuat identitas produk kerajinan tangan dari Desa Serdang Menang.

Hasil Dan Pembahasan

Kerajinan Rajut Tali Kur adalah proses pembuatan barang-barang menggunakan tali kur, yang merupakan jenis tali yang terbuat dari serat alami atau sintetis. Kerajinan ini sering kali menghasilkan produk seperti tas, dompet, tempat penyimpanan, dan aksesoris lainnya. Teknik merajut dengan tali kur memberikan daya tarik visual dan kekuatan pada produk yang dihasilkan, sehingga banyak diminati oleh masyarakat.

Kecamatan Sirah Pulau Padang adalah salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Kecamatan ini dikenal akan potensi sumber daya alam dan budayanya yang kaya. Masyarakat di daerah ini sering terlibat dalam berbagai kegiatan ekonomi, termasuk pertanian dan kerajinan.

Desa Serdang Menang adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Sirah Pulau Padang. Kerajinan rajut tali kur menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh warganya, sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan perekonomian lokal. Melalui kerajinan, masyarakat desa dapat menciptakan produk yang memiliki nilai jual, sekaligus melestarikan budaya lokal.

Pelatihan keterampilan pembuatan tas berbahan dasar tali kur di Desa Serdang Menang tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat, tetapi juga untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Salah satu langkah kunci adalah memanfaatkan pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce. Dengan cara ini, masyarakat dapat memamerkan hasil kerajinan mereka kepada audiens yang lebih luas, memperluas jangkauan pasar, dan menarik perhatian konsumen yang lebih beragam. Selain itu, penting bagi peserta untuk membangun branding dan identitas produk yang kuat. Menciptakan logo yang menarik dan kemasan yang unik dapat membantu produk mereka menonjol di pasar yang kompetitif.



Gambar 1. Koordinasi pemasaran tas rajut dan pengembangan platform e-commerce

Selanjutnya, pelayanan pelanggan yang baik menjadi elemen penting dalam membangun loyalitas. Dengan memberikan informasi yang jelas dan responsif terhadap pertanyaan pelanggan, peserta dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen. Selain itu, melibatkan komunitas dalam proses pemasaran dapat menciptakan hubungan yang lebih erat antara produk dan masyarakat. Mengembangkan produk yang ramah lingkungan juga semakin diminati, sehingga fokus pada keberlanjutan dapat menjadi nilai jual tambahan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, peserta pelatihan diharapkan tidak hanya menguasai keterampilan pembuatan tas, tetapi juga memiliki keahlian dalam memasarkan produk secara efektif, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan wirausaha dan mendukung ekonomi lokal.



Gambar 2. Pembuatan platform e-commerce: shopee dan tiktok

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan keterampilan pembuatan tas berbahan dasar tali kur di Desa Serdang Menang telah mencapai berbagai hasil yang signifikan. Program ini tidak hanya fokus pada peningkatan keterampilan teknis masyarakat setempat, tetapi juga mengintegrasikan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing produk. Hasil dari bentuk pengabdian masyarakat berupa kegiatan pelatihan pembuatan dan pemasaran tas rajut adalah sebagai berikut :

- Pertama*, masyarakat lebih terampil dalam membuat kerajinan tangan berbahan dasar tali kur sehingga mendorong mereka untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan menciptakan produk yang lebih inovatif.
- Kedua*, masyarakat berhasil memanfaatkan pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.
- Ketiga*, masyarakat diajarkan pentingnya membangun branding dan identitas produk yang menarik untuk meningkatkan daya saing di pasar.
- Keempat*, pelayanan pelanggan yang responsif dilatih untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produk.
- Kelima*, keterlibatan masyarakat dan fokus pada produk ramah lingkungan membantu memperkuat dukungan terhadap produk lokal.



Gambar 3. Branding produk tas rajut seperti penciptaan logo dan slogan

Dalam upaya meningkatkan keberlangsungan kerajinan rajut tali kur, penting untuk melakukan diversifikasi produk. Masyarakat dapat mengeksplorasi berbagai desain dan bentuk produk yang lebih variatif, seperti aksesoris rumah tangga, perhiasan, atau bahkan pakaian. Diversifikasi ini tidak hanya akan menarik lebih banyak konsumen, tetapi juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengekspresikan kreativitas mereka. Dengan menciptakan produk yang unik dan menarik, mereka dapat menonjol di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 4. Foto dan video sebagai konten menarik untuk meningkatkan penjualan tas rajut

Selain itu, membangun komunitas pendukung di antara para pengrajin juga sangat bermanfaat. Melalui forum atau kelompok diskusi, para pengrajin dapat saling berbagi pengalaman, strategi pemasaran, dan inovasi produk. Komunitas ini bisa berfungsi sebagai tempat untuk saling memberi motivasi dan dukungan, sehingga masing-masing anggota dapat tumbuh dan berkembang bersama. Dengan cara ini, kerajinan rajut tali kur di Desa Serdang Menang tidak hanya akan menjadi sumber pendapatan, tetapi juga bagian integral dari identitas dan budaya masyarakat setempat.

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Serdang Menang mencakup pengumpulan data melalui analisis situasi dan pelatihan keterampilan merajut serta pemasaran digital, yang sukses meningkatkan keterampilan teknis masyarakat dalam pembuatan tas rajut. Penerapan strategi pemasaran digital telah memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen,

serta memberikan pemahaman tentang pentingnya branding dan pelayanan pelanggan yang responsif. Namun, variasi tingkat pemahaman teknologi di antara peserta menjadi kendala yang mempengaruhi efektivitas strategi. Untuk itu, disarankan agar kegiatan selanjutnya menyediakan pelatihan lanjutan yang lebih mendetail mengenai teknologi digital dan pengelolaan media sosial, serta fokus pada pengembangan produk inovatif dan keberlanjutan. Peningkatan kolaborasi dengan komunitas lokal juga penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM, sehingga diharapkan program ini dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Serdang Menang, Kecamatan Sirah Pulau Padang, Kabupaten Ogan Komering Ilir. Dukungan dan kerjasama dari semua pihak sangat berarti dalam menyukseskan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalijah, E., Andari, N., & Narastri, M. (2021). Peningkatan Produktivitas Kearifan Lokal Kerajinan Tangan Tas Rajut Sebagai Bentuk Identitas Bangsa. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 3(2), 194. <https://www.academia.edu/download/78486381/pdf.pdf>
- Bahtiar, E., Kurniawan, D., Wulandari, S. W., & Widiarti, W. (2014). Tas Rajut Sebagai Sarana Bisnis dan Kreativitas Mahasiswa. In *Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan 2014*. Indonesian Ministry of Research, Technology and Higher Education. <https://www.neliti.com/publications/170098/tas-rajut-sebagai-sarana-bisnis-dan-kreativitas-mahasiswa>
- Dewantari, A. Z., Alvianto, R., Putri, C. P., Puspasari, M. D., Setiawati, P. M., & Arum, D. P. (2022). Rebranding Produk Tas Rajut Terhadap UMKM Azza Rajut. *Communnity Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 723-727. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/4651>
- Ermayda, R. Z., Nanda, H. I., & Narullia, D. (2019). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk PKK. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI*, 3(2), 80-84. <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/PengabdianUMRI/article/view/1506>
- Hafizin, M., Letasado, M. R., Wildasari, N., & Apriliana, Z. (2023). Pelatihan Pembuatan Tas Rajut Dari Benang Wol Di Dusun Kampung Baru Desa Labuhan Lombok. *Jurnal Citra Kuliah Kerja Nyata*, 1(3), 67-75. <https://jurnalilmiahcitrabakti.ac.id/jil/index.php/jckkn/article/view/3154>
- Hidayanti, A. A., Mandalika, E. N. D., Narastri, M., Septiadi, D., Nursan, M., Fadli, & Wardah, S. (2021). Peningkatan Produktivitas Kearifan Lokal Kerajinan Tangan Tas Rajut Sebagai Bentuk Identitas Bangsa. *Jurnal Plakat: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 3(2), 80-90.
- Hidayanti, A. A., Mandalika, E. N. D., Setiawan, R. N. S., Septiadi, D., Nursan, M., & Wardah, S. (2022). Sosialisasi Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Serta Pemasaran Produk Kerajinan di Desa Dasan Tapen Kecamatan Gerung Lombok Barat. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Iptek*, 4(1), 34-39. <https://jasintek.denpasarinstitute.com/index.php/jasintek/article/view/97>

- . Masiah, M., & Adawiyah, S. R. (2021). Pelatihan Kerajinan Tas Rajut Bagi Remaja Putri Di Desa Mambalan. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 3(2), 199-202. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/2199>
- Miko, S., & Yani, A. (2022). Pelatihan Keterampilan Pembuatan Tas Tali Kur Sebagai Upaya Meningkatkan Kreativitas Peserta Didik Keaksaraan Usaha Mandiri. *Jurnal AKRAB*, 13(2), 104-114. <https://scholar.archive.org/work/o6z7sdusqfeejk3gyvgynd5xk4/access/wayback/https://jurnalakrab.kemdikbud.go.id/index.php/jurnalakrab/article/download/431/272>
- Rahayu, R. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Tas Rajut Kaboki (Studi Kasus Pada Wisata Tas Rajut Kaboki Cabang Sukorejo Kabupaten Pasuruan). Universitas Islam Malang. <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/10235>
- Sumarni, T., Harto, B., Vandayani, P., Juliawati, P., & Noviana, A. (2024). Pendampingan Digital Marketing sebagai Katalis Transformasi Digital Melalui Integrasi E-Commerce dan Media Sosial Untuk UMKM Tas Rajut Ibu Iyat dan Basreng Mang Oman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 4(5). <https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/JPMWidina/article/view/834>