

Program Pelatihan Inovasi Decoupage dan Digital Marketing Produk Tas Anyaman Pada UMKM Sultan Bag di Desa Gintangan Kecamatan Rogojampi - Banyuwangi

Lulus Triyaningsih¹, Shinta Rizqi Kurnia², Amalia Fitriani³, Muhammad Yusril⁴, Muhammad Lukman⁵, Muhammad Faruq⁶

Politeknik Mitra Global^{1,2,3,4,5,6}



Email Korespodensi: lulustriyaunej@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 25-07-2025

Disetujui 03-08-2025

Diterbitkan 05-08-2025

Katakunci:

*Inovasi Decoupage,
Digital Marketing;*

ABSTRAK

Tas berbahan dasar tali jali anyaman yang dulunya dipakai untuk belanja sayur ke pasar kini banyak diminati sebagai fashion item kekinian yang menunjang penampilan khususnya kaum perempuan. Salah satu pengrajin tas anyaman tali jali yang sudah mulai berkembang di daerah desa Gintangan adalah UMKM Sultan Bag. Sultan Bag ini dapat memproduksi tas anyaman tali jali dengan berbagai bentuk dan motif. Sejak mengawali bisnisnya UMKM Sultan Bag senantiasa dihadapkan dengan berbagai macam rintangan maupun hambatan, banyaknya UMKM sejenis yang muncul membuat pengrajin tas anyam jali sulit untuk mempertahankan posisi produknya karena persaingan yang semakin ketat. Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh Sultan Bag sebagai UMKM yang memproduksi tas anyam tersebut, seperti: (1) Kurang adanya inovasi produk; (2) Sistem penjualan yang belum maksimal; (3) Pengrajin tidak memiliki pengetahuan terkait strategi pemasaran yang baik. Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu adanya inovasi-inovasi produk serta diberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha tas anyam agar dapat melaksanakan strategi pemasaran offline dan online yang berguna untuk penjualan produk, sehingga dapat memperoleh penghasilan yang lebih layak. Jejaring sosial atau media sosial memiliki potensi untuk membantu pelaku UKM untuk dapat memasarkan produk dan jasanya. Tahapan kegiatan yang dapat dilakukan untuk membantu kendala yang dihadapi UMKM adalah sebagai berikut: 1) melakukan inovasi produk dengan teknik decoupage 2) memberikan pelatihan serta pendampingan kepada UMKM terkait strategi pemasaran secara online. Adapun luaran pada kegiatan ini adalah: 1) Produk usaha yang telah dikembangkan; 2) Akun media sosial; 3) Laporan akhir; 4). Publikasi Jurnal Ilmiah

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Lulus Triyaningsih, Shinta Rizqi Kurnia, Amalia Fitriani, Muhammad Yusril, Muhammad Lukman, & Muhammad Faruq. (2025). Program Pelatihan Inovasi Decoupage dan Digital Marketing Produk Tas Anyaman Pada UMKM Sultan Bag di Desa Gintangan Kecamatan Rogojampi - Banyuwangi. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 806-814. <https://doi.org/10.63822/kx8ayw97>

PENDAHULUAN

Tas Tali Jali adalah suatu kerajinan yang susah dijumpai pada zaman sekarang, karena sekarang banyak orang yang menggunakan tas yang terbuat dari bahan plastik, kain, kulit sintetis hingga kulit asli. Tas berbahan dasar tali jali anyaman yang dulunya kerap dipakai untuk belanja sayur ke pasar kini banyak diminati sebagai *fashion* item kekinian yang menunjang penampilan khususnya kaum perempuan, dan dalam pemasarannya tas ini tidak hanya di jual di wilayah Banyuwangi saja, bahkan sudah terjual sampai luar wilayah Banyuwangi seperti Magetan, Surabaya, Bali.

Tas anyaman merupakan tas yang dibuat dengan cara dianyam atau disusun dengan menggunakan bahan-bahan anyaman seperti bambu, rotan, dan sebagainya. Keunikan dari tas anyaman ini tidak lain adalah karena proses pembuatan, bahan yang digunakan, dan kharisma yang muncul dari produk itu sendiri. Kesemuanya itu menjadikan tas anyaman ini unik dan berbeda dari yang lain. Oleh karena itu, kami akan mengembangkan dan memberdayakan produksi tas anyaman tersebut. Kunci dari pengembangan dan pemberdayaan sebuah produk adalah dengan membuat inovasi produk serta pemasaran usaha yang baik, benar, dan menguntungkan.

Berdasarkan hasil identifikasi awal yang kami lakukan di Desa Gintangan adalah terdapatnya potensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kemampuan atau *skill* dalam rangka memanfaatkan Sumber Daya Alam tali jali untuk dijadikan sebagai produk tas anyaman yang menarik. Salah satu pengrajin yang sudah mulai berkembang di daerah desa Gintangan adalah UMKM *Sultan Bag*. *Sultan Bag* ini berdiri pada tahun 2022 dengan nama pemilik Ibu Mustika Puspa Suciati. Dengan modal dan peralatan seadanya beliau terus menekuni usaha tas anyaman yang berbahan dasar tali-jali. Beragam tas baik dari model maupun ukuran dibuat di rumah Ibu Mustika sendiri. *Sultan Bag* ini dapat memproduksi tas anyaman tali jali dengan berbagai bentuk dan motif. Tali Jali digunakan sebagai bahan baku industri kerajinan yang hasilnya dapat berupa dompet, tas, gantungan kunci, atau bisa digunakan *souvenir*.

Sejak mengawali bisnisnya UMKM *Sultan Bag* senantiasa dihadapkan dengan berbagai macam rintangan maupun hambatan, banyaknya UMKM sejenis yang muncul membuat pengrajin tas anyaman jali sulit untuk mempertahankan posisi produknya karena persaingan yang semakin ketat. Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh *Sultan Bag* sebagai UMKM yang memproduksi tas anyaman tersebut, seperti: (1) Kurang adanya inovasi produk; (2) Sistem penjualan yang belum maksimal; (3) Pengrajin tidak memiliki pengetahuan terkait strategi pemasaran *online*. Kurangnya inovasi produk ini ditunjukkan pada tampilan tas yang masih polos. Sehingga ketertarikan dan keunikan dari tas anyaman tersebut masih belum muncul. Kendala-kendala tersebut mengakibatkan lemahnya jaringan usaha, keterbatasan kemampuan pemasaran *online* terutama kaitannya dengan literasi *digital marketing*, skala ekonomi yang kecil sehingga berakibat pada sukarnya penekanan biaya, profit yang sangat kecil, dan produk yang tidak memiliki keunggulan kompetitif.

Hal tersebut menyebabkan bisnis tas anyaman *Sultan Bag* berjalan stagnan tanpa ada peningkatan bisnis. Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu adanya inovasi-inovasi produk serta diberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha tas anyaman agar dapat melaksanakan strategi pemasaran secara *online* yang berguna untuk penjualan produk, sehingga dapat memperoleh penghasilan yang lebih layak. Untuk pemasaran secara *online*, jejaring sosial atau media sosial memiliki potensi untuk membantu pelaku UKM untuk dapat memasarkan produk dan jasanya

Media sosial saat ini menjadi salah satu bentuk komunikasi publik yang paling transparan, menarik, dan interaktif. Dibandingkan dengan media konvensional, media sosial mampu menarik perhatian masyarakat secara lebih cepat dan luas. Hal ini menjadikannya sebagai solusi strategis dalam membangun *brand awareness* atau kesadaran merek di kalangan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), "*media sosial memungkinkan interaksi dua arah antara perusahaan dan konsumen, yang memberikan peluang besar dalam membentuk persepsi merek.*"

Selain itu, sifat media sosial yang terbuka dan mudah diakses memberikan keuntungan besar bagi pelaku usaha, khususnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM), dalam memasarkan produk maupun jasa mereka. UKM dapat memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, maupun marketplace untuk menampilkan foto produk, memberikan informasi detail, dan menjangkau pelanggan dengan biaya yang relatif rendah. Seperti dijelaskan oleh Tuten dan Solomon (2017), "*media sosial memberikan kesempatan bagi bisnis kecil untuk bersaing secara efektif dengan perusahaan besar melalui pendekatan pemasaran yang hemat biaya dan bersifat personal.*". Oleh karena itu, beberapa alternatif penanganan masalah yang dilakukan adalah sebagai berikut: (1) Jalur marketing (*Marketing Octopus*) di antaranya media Facebook, Instagram, Whatsapp, pamflet, marketplace, jaringan, link bisnis, web; (2) *Differentiator*; membuat produk menjadi unik, beda, mempunyai ciri khas. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang permasalahan yang ditemukan, tim PkM ingin mengembangkan bakat, kreativitas dan inovasi untuk menciptakan produk baru yang dapat dipasarkan yang terbuat dari tali jali tersebut untuk memanfaatkan SDA lokal serta melestarikan budaya lokal. Dan kami ingin mengembangkan hasil kreasi berupa tas yang memiliki ketertarikan, keunikan serta memiliki harga jual yang tinggi. Pengembangan hasil kreasi yang akan kami lakukan adalah dengan inovasi *decaupage*.

Decoupage merupakan seni menghias permukaan suatu objek dengan cara menempelkan potongan-potongan kertas, kain, atau bahan sejenis, sehingga menghasilkan efek visual yang menarik dan artistik. Media yang digunakan sangat beragam, mulai dari kaleng, anyaman, kaca, kayu, kanvas, tas, dompet, hingga hiasan dinding. Menurut Wardhani (2017), "*decoupage adalah teknik menempel gambar dari kertas atau tisu pada permukaan benda untuk menciptakan karya seni dekoratif yang unik dan bernilai estetika tinggi.*"

Dengan penerapan teknik decoupage pada produk kerajinan, khususnya tas anyaman, diharapkan dapat melahirkan inovasi produk yang menarik, modern, dan memiliki nilai tambah. Kreasi ini tidak hanya memperindah tampilan tas, tetapi juga berpotensi meningkatkan daya tarik dan minat beli masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Dewi (2020), yang menyatakan bahwa "*pengembangan produk kerajinan berbasis seni hias seperti decoupage mampu meningkatkan nilai jual serta daya saing produk di pasar lokal maupun global.*"

Tas anyaman yang unik dan menarik ini akan dibuat untuk para wanita yang mencari brand terbaru yang belum pernah ada dan akan merasa keren saat membawanya. Tas ini akan dibuat semenarik mungkin dan multi fungsi sesuai kebutuhan wanita di era modern ini. Selain itu, untuk mengatasi permasalahan pemasaran, pemilik UMKM juga diberikan suatu pelatihan pemasaran secara *online* melalui *Shopee*, *Tik Tok Shop*, dan *TokoPedia*. Pemasaran secara digital merupakan wujud dari penerapan dan penggunaan dari teknologi dalam proses pemasaran (Rapitasari, 2016). Pemasaran secara digital (*digital marketing*) ialah juga menjadi salah satu hal yang sedang diupayakan oleh UMKM. Hal

ini dimaksudkan dengan harapan untuk dapat mengenalkan UMKM Sultan Bag kepada lebih banyak orang dan memperluas target pasarnya

Solusi Dan Target

Permasalahan yang dikemukakan oleh mitra ini kemudian menjadi alasan tim pengabdian untuk dapat menawarkan solusi sebagai wujud peran serta dalam upaya mendukung pengembangan usaha khususnya di sektor usaha mikro. Tim pengabdian memberikan pelatihan pada permasalahan yang dikemukakan oleh mitra yaitu (1) Kurang adanya inovasi produk; (2) Sistem penjualan yang belum maksimal; (3) Pengrajin tidak memiliki pengetahuan terkait strategi pemasaran *online*. Tim pengabdian juga akan membantu pembuatan akun shopie yang mudah untuk digunakan dalam mengatasi permasalahan pemasaran digital yang dihadapi oleh mitra. Kegiatan diharapkan mampu meningkatkan usaha dari UMKM Sultan Bag dan dapat mendukung tumbuh kembangnya UMKM.

Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan pada UMKM Sultan Bag yang berada di Desa Gintangan, Kecamatan Rogojampi, Banyuwangi. Pelatihan dilaksanakan pada Jumat, 20 Oktober 2024. Tim Pengabdian selanjutnya melakukan pendampingan dalam kurun waktu 5 bulan. Target dari kegiatan pengabdian ini ialah adanya peningkatan kemampuan dari pemilik dan tim UMKM Sultan Bag baik dari segi inovasi produk dan, pemanfaatan media pemasaran digital. Mitra diharapkan dapat mengenal, mengetahui serta menerapkan materi pelatihan yang diberikan terkait inovasi produk dan pemasaran digital melalui berbagai platform digital seperti, *shopee, facebook, dll*

METODE PELAKSANAAN

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan ini diselenggarakan pada usaha UMKM Sultan Bag yang berada di Desa Gintangan, Rogojampi, Banyuwangi selaku mitra dari kegiatan ini. Pelatihan dilaksanakan pada Jumat, 20 Oktober 2024. Tim Pengabdian selanjutnya melakukan pendampingan dalam kurun waktu 5 bulan. Kegiatan tersebut berlangsung melalui beberapa tahapan yaitu

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang perlu dilakukan untuk memulai kegiatan ini adalah berdiskusi dengan semua anggota untuk menentukan semua aspek. Mulai dari survey ke lokasi usaha UMKM Sultan Bag tentang kondisi usahanya dalam aspek produk (motif, bentuk, ukuran, harga, merk, logo, dll) dan strategi pemasaran yang telah dilakukan. Hasil survei ini nanti akan mempersiapkan jenis inovasi apa yang akan dilakukan agar produk tas anyaman tersebut menjadi daya tarik konsumen, serta langkah-langkah strategi pemasaran yang baik untuk dapat menembus pangsa pasar.

2. Tahap Kegiatan

Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran

a. Teknik Decoupage

Teknik *Decoupage* mempersiapkan alat dan bahan meliputi : tas anyaman, *decoupage*, lem, vernis, kuas, gunting. Langkah pertama dalam pemasangan *decoupage* yaitu : memilih motif *Decoupage*

yang akan dipasang pada tas anyaman, dapat menggantung sesuai pola gambar, kedua tas anyaman yang akan ditempel gambar *decoupage* diberi lem terlebih dahulu dengan menggunakan kuas, kemudian *decoupage* siap ditempel dan ratakan. Langkah terakhir ditambahkan vernis dengan menggunakan kuas, vernis berfungsi untuk memberi kesan kilau dan menarik.

b. Pelatihan dan Pendampingan

Pemasaran merupakan sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merancang, menetapkan harga, mempromosikan dan menyalurkan barang- barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen (Abdullah dan Tantri. 2019). Terdapat 2 jenis pemasaran yaitu : pemasaran secara *offline* dan pemasaran secara *online* (*Digital Marketing*).

Pemasaran *online* atau *digital marketing* melibatkan penggunaan situs *web* maupun media sosial. Pemasaran *online* memiliki beberapa kelebihan, salah satunya adalah berbasis data, yang memungkinkan analisis perilaku konsumen dan pengembangan strategi yang lebih efektif. Kelebihan lainnya yaitu kemampuan untuk meningkatkan reputasi *brand* melalui pemasaran digital, karena sebagian besar pembeli umumnya mencari produk atau layanan terlebih dahulu melalui internet sebelum memutuskan untuk transaksi atau membeli.

,Kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait strategi pemasaran ini dilakukan dengan Pemasaran *online* atau *digital marketing* untuk UMKM Sultan Bag dengan menggunakan media sosial meliputi : tik tok, *shopee*, toko pedia. Dengan langkah pertama membuat akun pada masing-masing media sosial dengan nama akun UMKM Sultan Bag. Setelah membuat akun, kemudian diberikan pelatihan dan pendampingan cara untuk memasukkan gambar produk, keterangan produk, dan harga sesuai ukuran tas anyaman pada masing-masing media sosial



Gambar 1. Produk Tas Sebelum Inovasi *Decoupage*

HASIL DAN LUARAN

Tahap pelaksanaan pelatihan inovasi *decoupage* produk tas anyaman pada UMKM Sultan Bag di desa Gintangan kecamatan Rogojampi - Banyuwangi diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya dan peranan dari inovasi *decoupage* dan *digital marketing* dari kegiatan usaha. Mitra dan segenap timnya diberikan wawasan dan edukasi mengenai pentingnya inovasi *decoupage*. *Decoupage* adalah seni menghias benda atau media dengan cara menempelkan potongan-potongan kertas atau kain ke permukaan benda tersebut.

Media yang digunakan pun biasanya bervariasi mulai dari kaleng, anyaman, kaca, kayu, kanvas, tas, dompet, nampan, talenan, hiasan dinding, dan media lainnya. dengan adanya inovasi tersebut diharapkan akan dapat menghasilkan produk tas anyaman yang menarik, keren, serta dapat diminati masyarakat secara luas



Gambar 2. Inovasi Produk Tas Anyaman dengan Teknik Decaupage

Tahapan berikutnya adalah Pelatihan pemasaran digital dengan focus pada pembuatan akun *shopee* ini juga dirasakan memberikan dampak positif oleh mitra. Pelakuusaha dapat mengatur social media mereka dengan *display* foto dan detail produk melalui mediasosial Selain itu, fitur-fitur yang ditampilkan sederhana sehingga memudahkan bagi mitra untuk memanfaatkannya. Antusiasme ini dapat dilihat dari beberapa hasil pembuatan akun *shopee* yang dibuat dan disajikan oleh mitra berkolaborasi dengan tim pengabdian. Pembuatan akun *shopee* ini merupakan upaya untuk dapat

menjangkau pasar lebih luas selain itu keberadaannya dapat menjadi pendukung dalam strategi pemasaran suatu produk.



Gambar 3. Hasil Pembuatan Akun Shopie

Tabel 1. Kondisi mitra sebelum dan setelah pelatihan

Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Inovasi Produk dengan Teknik Decoupage	Tampilan tas yang masih polos, Sehingga ketertarikan dan keunikan dari tas anyaman tersebut masih belum muncul.	Tampilan tas anyaman menjadi menarik, unik dan keren
Pemasaran Digital (Pembuatan Akun Shopee)	Masih menyajikan dalam bentuk sederhana melalui <i>whatsapp</i> dan <i>instagram</i>	Mampu membuat Akun Shopee untuk selanjutnya produk disebarluaskan melalui marketplace yang dimiliki

Secara keseluruhan pelaksanaan PKM cukup berhasil karena peserta mampu menguasai materi, baik tentang inovasi decoupage dan digital marketing. Dengan diadakan pelatihan tentang inovasi decoupage dan digital marketing bagi UMKM ini semua pihak memperoleh hasil dan manfaat, terutama bagi pelaku UMKM Sultan Bag. Tim PKM mampu memberikan pengetahuan untuk masyarakat tentang inovasi produk dan digital marketing bagi UMKM. Terjalin kerjasama antara pihak Kelurahan Gintangan Kecamatan Rogojampi dan dosen pelaksana program pengabdian kepada masyarakat khususnya dan

Politeknik Mitra Global pada umumnya. Dosen mampu melaksanakan tri dharma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat dengan terlaksananya kegiatan ini



Gambar 4. Foto Bersama Tim PkM dan Mitra UMKM

Ada sejumlah faktor yang menjadi pendukung terlaksananya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dan ada yang menjadi penghambat. Pengabdian pada masyarakat ini tidak dapat terealisasi dengan baik tanpa adanya faktor pendukung didalamnya. Faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan ini diantaranya ialah (1) dukungan dan peranan mitra untuk memberikan fasilitas berupa penyediaan tempat untuk melaksanakan kegiatan pengabdian; (2) antusiasme dan semangat dari mitra untuk mencari tahu dan mengaplikasi materi pelatihan. Hal ini dapat dilihat dari hasil yang telah dibuat oleh mitra. Peran serta mitra sangat berarti dalam pelaksanaan kegiatan ini.

SIMPULAN

Sebelum pelaksanaan Pengabdian Masyarakat, para pelaku usaha rumahtangga/peserta pelatihan belum melakukan inovasi produk dan pemasaran produk menggunakan media digital. Hal ini karena para pelaku usaha belum memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang cukup dalam melakukan kegiatan usaha. Maka kegiatan pengabdian masyarakat tentang pelatihan inovasi produk decoupage dan pemasaran digital ini sangat membantu para pelaku usaha UMKM untuk terus dapat mengikuti trend perkembangan zaman dan memiliki kemampuan untuk memasarkan produk usahanya di media sosial. Hasil dari pengabdian masyarakat di UMKM Sultan Bag para pelaku usaha sudah melakukan inovasi produk dan pemasaran produk secara digital untuk kelancaran usaha UMKM.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Depok: PT.Rajagrafindo Persada
- Dewi, L. (2020). *Inovasi Produk Kerajinan Tangan Berbasis Seni Dekoratif*. Jakarta: Penerbit Nusantara
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Rapitasari, D. (2016). *Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. Retrieved from <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Triyaningsih, L., Priyadi, P. R., Rosida, L., Sahroni, M. A., & Yusril, M. (2024). *PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN PENGELOLAAN KEUANGAN DIGITAL PADA UMKM SULTAN BAG*. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 510–516. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v2i2.2100>
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- Wardhani, R. (2017). *Teknik Dasar Decoupage dalam Kerajinan*. Yogyakarta: Pustaka Kreasi.