



# Training of Shibori techniques for Women's Group in Family Welfare Programme in Kedungkandang, Malang

Pelatihan teknik kerajinan Shibori pada kelompok PKK Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang

Aryntika Cahyantini<sup>1</sup>, Fatmasari Endayani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Departemen Ekonomi Pembangunan, <sup>2</sup>Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang  
Jl. Terusan Raya Dieng No. 62-64 Malang, 65146, Indonesia

## ARTICLE INFO:

Received: 2021-03-26  
Revised: 2021-06-13  
Accepted: 2022-04-20

## Keywords:

Digital marketing,  
Shibori, Training

## ABSTRACT

Improving the family economy for the PKK group in Sawojajar Village, Kedungkandang District, Malang City is an effort to empower families. Improving skills by utilizing and developing existing potential aims to increase family income. Shibori is one of the arts from Japan, starting to be widely known and in demand in Indonesia. Shibori making, by making a pattern on a cloth is created through the process of immersing it in dyes. The purpose of this service is to develop Shibori cloth crafts and to develop marketing through digital marketing so that have better economic value. This community service program uses methods in the form of training and demonstrations, namely demonstration and demonstration of certain processes, conditions and conditions that are being carried out to provide learning or understanding to participants. The training on making Shibori batik consists of a preparation stage, a training implementation stage, and an evaluation of the process and results. The training received a positive response from partners by participating in these activities. The results of the training are increased knowledge and new insights for partners and their creativity. This is evidenced by the formation of various types of batik motifs and knowledge of digital marketing, and sales of increased by 100% in 4 months with the establishment of a marketing system through social media and marketplaces so that partners can experience an increase in economic terms.

©2022 Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang  
This is an open access article distributed under the CC BY-SA 4.0 license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

**How to cite:** Cahyantini, A., & Endayani, F. (2022). Training of Shibori techniques for Women's Group in Family Welfare Programme in Kedungkandang, Malang. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 7(2), 319-328. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v7i2.5624>

## 1. PENDAHULUAN

Shibori merupakan istilah dalam bahasa Jepang yang mempunyai arti memanipulasi kain untuk menciptakan pola melalui metode pewarnaan celup (Maziyah *et al.*, 2019). Shibori berasal dari kata *shiboru* yang berarti memeras, menjepit, menekan. Sepanjang perkembangan sejarah Jepang, pemakaian Shibori hanya menggunakan kain sutra dan pewarna indigofera yang diperuntukkan untuk kain tradisional yaitu kimono. Namun sejak 400 tahun yang lalu, teknik Shibori juga diperuntukkan untuk

kain katun yang ternyata mempunyai peminat tak sedikit (Suantara *et al.*, 2017). Kerajinan konvensional Shibori ini dipraktikkan di seluruh dunia. Tradisi Shibori telah ada di Timur Tengah dan juga di belahan Benua India. Sekarang diikuti secara aktif di Cina Selatan, Afrika Barat, Indonesia, Bangsa Himalaya, dan di daerah barat India. Kegiatan yang dilakukan dalam Shibori pada umumnya adalah teknik mengolah kain sebelum diwarnai dengan zat pewarna (Wada, 2012).

Pemasaran media *online* pada dasarnya merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan media internet. Internet sebagai bagian dari *integrated marketing communication* dapat dijadikan sebuah alat pemasaran yang sangat ideal. Pemasaran digital atau *digital marketing* mulai populer sejalan dengan makin populernya penggunaan internet. *Digital marketing* menurut American Marketing Association (AMA) adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan lainnya (Kannan & Li, 2017). Penggunaan teknologi internet dalam sistem penjualan online juga dirasakan manfaatnya oleh para konsumen (Widiana *et al.*, 2012). Internet bisa menjangkau jutaan orang dalam sekali waktu dan juga bisa digunakan untuk mengejar target promosi dari sekelompok target pasar tertentu. Pada awalnya pemanfaatan internet sebagai media pemasaran hanya menggunakan halaman-halaman berformat HTML yang biasa diakses oleh pengguna internet, kemudian berkembang menjadi website yang menjadi "rumah kedua" atau kantor *online* bagi perusahaan yang sudah eksis untuk menampilkan jati diri perusahaan tersebut. Saat ini masyarakat telah merasakan perubahan yang sangat dinamis dan juga revolusioner dalam dunia *marketing* yaitu periklanan dan promosi.

Sebagai salah satu daerah tujuan wisata, Kota Malang memiliki peluang besar untuk memanfaatkan kerajinan Kain Shibori sebagai buah tangan bagi turis lokal maupun turis internasional. Pada era transformasi digital saat ini kemudahan serta minimnya biaya dalam melakukan pemasaran *online* menjadi alternatif yang tepat dilakukan oleh pelaku usaha. Namun masih banyak pelaku usaha kecil menengah yang saat ini belum menjamah *online marketing* karena adanya keterbatasan, minimnya pengetahuan dalam penggunaan teknologi menjadi salah satu faktor utama yang dihadapi. Mitra pada pelatihan kali ini yaitu kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Kelompok mitra adalah kelompok yang solid dan aktif, namun minim pengetahuan mengenai kreativitas produk dan *digital marketing* dan hal tersebut membuat perlu dilakukan pelatihan ini yaitu pembuatan kerajinan Kain Shibori dan juga pelatihan *digital marketing* agar dapat memanfaatkan potensi yang ada. Tim Pengabdian bekerja sama dengan JFI Craft melakukan pemberdayaan pada mitra dengan memberikan pelatihan pembuatan kerajinan Shibori dan pelatihan *digital marketing*. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pendapatan ekonomi keluarga.

Pemberdayaan masyarakat khususnya Kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang bertujuan untuk menciptakan kesadaran dan kemandirian dalam berusaha, serta dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Salah satu pemberdayaan tersebut dengan cara pembuatan kerajinan Kain Shibori yang diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan pendapatan ekonomi Kelompok PKK tersebut. Komunitas masyarakat yang potensial untuk pelatihan membuat kerajinan adalah kelompok PKK.

Tim Pengabdian pada pelatihan ini melibatkan JFI Craft Malang yang merupakan kelompok penggerak kreativitas di Kota Malang. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pembentukan kelompok kecil terlebih dahulu. Kelompok pada dasarnya adalah gabungan dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama, dimana interaksi yang terjadi bersifat relatif tetap dan mempunyai struktur tertentu (Mulyana, 2013). Melalui pelatihan ini diharapkan masyarakat memiliki keterampilan untuk membuat kerajinan dengan teknik yang diberikan saat pelatihan sehingga dapat terus melestarikan kerajinan tersebut sekaligus mempunyai nilai ekonomi.

Berdasarkan analisis situasi di lingkungan ibu-ibu PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) Kerajinan Kain Shibori sangat potensial untuk dikembangkan mengingat ibu-ibu kelompok PKK memiliki ketertarikan pada kerajinan, namun belum dikembangkan dan terorganisir dengan baik; (2) Kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang belum memahami bagaimana pembuatan kerajinan Kain Shibori dan belum memahami bagaimana cara mengembangkan usaha ini agar mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi; (3) Kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang belum memahami konsep pemasaran dan *digital marketing* untuk meningkatkan nilai jual produk. Mengacu permasalahan mitra diatas maka dapat diberikan solusi sebagai berikut: (1) Mengadakan pelatihan pembuatan Kain Shibori sebagai produk yang mempunyai nilai jual; (2) Memanfaatkan sistem pemasaran yang baik dan penggunaan *digital marketing* dengan pembuatan akun sosial media dan *marketplace*.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan kerajinan Kain Shibori serta melakukan pengembangan pemasaran melalui *digital marketing*, sehingga mempunyai nilai ekonomi yang lebih baik. Pelatihan pembuatan kerajinan Shibori ini dapat menambah keterampilan dan pengetahuan kelompok PKK Kelurahan Sawojajar Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang, dan dapat digunakan untuk menunjukkan eksistensinya serta membantu memenuhi kebutuhan keluarga yang pada akhirnya dapat menambah pendapatan keluarga. Selain itu, pelatihan yang diberikan dapat memotivasi kelompok PKK Kelurahan Sawojajar Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang untuk berwirausaha.

### **Pemberdayaan Masyarakat**

Secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar "daya" yang berarti kekuatan atau kemampuan (Widjajanti, 2011; Sulistiyani, 2004). Bertolak dari pengertian tersebut, maka pemberdayaan dimaknai sebagai proses untuk memperoleh daya, kekuatan atau kemampuan, dan proses pemberian daya, kekuatan atau kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya. Selain itu, makna pemberdayaan masyarakat adalah upaya menjadikan suasana kemanusiaan yang adil dan beradab menjadi semakin efektif secara struktural, baik dalam kehidupan keluarga, masyarakat, negara, regional, internasional maupun dalam bidang politik, ekonomi, psikologi dan lain-lain (Arsiyah *et al.*, 2009; Priyono, 1996). Memberdayakan masyarakat mengandung makna mengembangkan, memandirikan, menswadayakan dan memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan.

### **Pemasaran Digital**

Pemasaran media *online* pada dasarnya merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan media internet. Internet sebagai bagian dari *integrated marketing communication* dapat dijadikan sebuah alat pemasaran yang sangat ideal. Penggunaan teknologi internet dalam sistem penjualan *online* juga dirasakan manfaatnya oleh para konsumen (Widiana *et al.*, 2012). Internet telah merubah cara pelaku usaha dalam mencetak strategi bisnis serta merubah pola komunikasi pemasaran. Saat ini dunia ekonomi telah mengalami perubahan yang sangat luar biasa dan inovatif dalam dunia marketing yaitu periklanan dan promosi. Perubahan-perubahan itu pastinya juga didorong oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat dan juga perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini telah tergantung pada adanya internet.

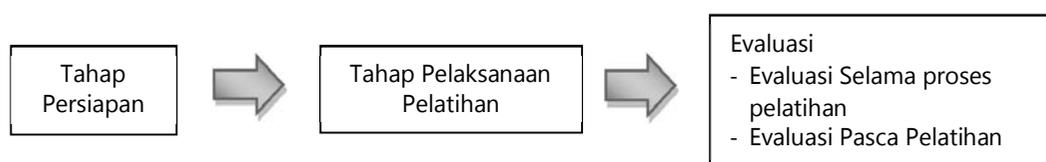
## 2. METODE

Kegiatan ini diikuti oleh kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang yaitu kelompok wanita yang aktif mengikuti kegiatan sosial dan kreatif di Kota Malang. Kegiatan ini terdiri dari pelatihan pembuatan kerajinan Kain Shibori dan pengembangan pemasaran melalui *online marketing* yaitu media sosial dan *marketplace*. Pelatihan pembuatan kerajinan Shibori kepada kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang dilakukan pada tanggal 26 September dan 8 Oktober 2020. Yang terlibat dalam pengabdian ini sebagai mitra adalah Kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang di Kota Malang dan tim pengabdian dibantu oleh JFI Craft. Persiapan kegiatan pelatihan ini dimulai pada 8 September 2020 dengan peninjauan lokasi mitra. Peninjauan mitra Kegiatan peninjauan lokasi mitra dilakukan untuk mendapatkan data terkait lokasi yang akan digunakan sebagai tempat PKM dan persiapan apa saja yang dibutuhkan untuk tahap awal (Saputra *et al.*, 2018). Hal ini dilakukan dengan maksud dan tujuan mengoptimalkan sasaran yang dituju.

Persiapan kegiatan pengabdian ini dimulai pada tanggal 30 Agustus dan 1 September 2020 dengan melaksanakan koordinasi dengan pihak kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Pelatihan ini dilaksanakan di rumah salah satu anggota PKK. Hasil koordinasi yang didapat adalah kegiatan pelatihan akan dilaksanakan di rumah koordinator, segala perlengkapan dan materi disiapkan oleh tim pengabdian. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 35 orang. Pelatihan pembuatan kerajinan Shibori kepada mitra yaitu kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang dilakukan pada tanggal 26 September dan 8 Oktober 2020. Pihak yang terlibat dalam pengabdian ini adalah PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang dan Tim Pengabdian yang dibantu oleh JFI Craft Malang.

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode berupa pelatihan dan demonstrasi yaitu, peragaan dan penunjukkan proses, keadaan dan kondisi tertentu yang sedang dilakukan untuk memberikan pembelajaran atau pemahaman kepada peserta. Metode ini digunakan untuk menyajikan cara melakukan sesuatu, dalam hal ini adalah cara membuat kerajinan Shibori. Secara umum, metode demonstrasi dipilih untuk memberikan pengertian yang efektif, karena peserta dapat melihat secara langsung tahapan dan situasi benda yang diperagakan dan dapat langsung diterapkan (Huda, 2013).

Analisis dilakukan dengan mengelompokkannya ke dalam domain-domain tertentu. Dalam hal menganalisis data, pengabdian menetapkan tiga langkah yaitu yang pertama, data-data yang sudah terkumpul tersebut dianalisa secara deskriptif. Analisis ini diterapkan untuk menggambarkan kegiatan pelatihan pembuatan kerajinan Shibori. Lalu yang kedua, pengabdian menjelaskan data respon masyarakat yang berhubungan dengan pelatihan yang diberikan. Ketiga, pengabdian menemukan hubungan antara pemberian pelatihan pembuatan kerajinan Kain Shibori dan peningkatan ekonomi masyarakat. Sehingga akhirnya mengerucut pada diversifikasi kerajinan Shibori dan pemasaran digital. Adapun tahapan dari pelatihan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan pelatihan pembuatan kerajinan Kain Shibori

Tahapan pelatihan yang dilakukan sesuai gambar 1 yaitu: (1) Tahap Persiapan, dalam tahapan ini dilakukan dengan pendekatan pada kelompok PKK Kelurahan Sawojajar Malang, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang, dengan melihat apa yang menjadi potensi dan masalah di kelompok tersebut. Disini juga dilakukan penyusunan materi untuk kegiatan pelatihan; (2) Tahap Pelaksanaan Pelatihan, di tahap ini dijelaskan tentang pentingnya teknologi dalam meningkatkan produktivitas usaha dan bagaimana memanfaatkan teknologi khususnya internet dalam pemasaran produk. Selanjutnya sesi pelatihan yang berfokus pada pembuatan produk kerajinan Kain Shibori dan kemampuan mengelola digital marketing dan membuat akun sosial media serta akun *marketplace* dalam hal ini yaitu Instagram, Facebook, Shopee, dan Tokopedia serta cara memaksimalkan penggunaan media tersebut untuk kegiatan pemasaran. Pemberian pelatihan ini dilakukan dengan beberapa teknik yaitu: (a) Metode Ceramah, metode ini dipilih untuk memberikan penjelasan mengenai pentingnya teknologi dalam pemasaran digital (*digital marketing*) khususnya internet yaitu sosial media serta akun *marketplace* dalam hal ini yaitu Instagram, Facebook, Shopee, dan Tokopedia; (b) Metode Tanya Jawab, metode ini sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik saat pemberian penjelasan maupun pada saat praktik, tanya jawab merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kemampuan individu terhadap materi yang disampaikan (Herawati & Mursanib, 2019). Tolak ukur keberhasilan kegiatan Indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan PKM selain dilihat dari pelaksanaan yang sesuai jadwal dan jumlah peserta. Juga bisa dilihat dari minat kelompok mitra akan diskusi atau tanya jawab yang dilakukan. Dari kegiatan tanya jawab tersebut menghasilkan beberapa tambahan informasi. Dari kegiatan tanya jawab tersebut menghasilkan beberapa tambahan informasi berupa media apa saja dan bahan apa saja yang bisa dipakai selain media yang dipakai pada saat pelatihan. Selain itu kelompok mitra menginginkan adanya monitoring keberlanjutan yang disesuaikan dengan kemampuan kelompok mitra; (c) Metode Simulasi, metode ini penting agar mitra mendapatkan pengalaman langsung dalam membuat akun sosial media dan *marketplace* yaitu Instagram, Facebook, dan Shopee; (3) Tahap Evaluasi Proses dan Hasil. Evaluasi proses dan hasil dilakukan dengan 2 tahap, yaitu: (a) Evaluasi selama proses pelatihan. Evaluasi pada tahap ini meliputi pemahaman serta kemampuan peserta selama proses pelatihan; (b) Evaluasi pasca pelatihan. Evaluasi pada tahap ini dilihat dari keberhasilan kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang dalam memanfaatkan internet sebagai sarana pemasaran produk. Evaluasi dilakukan setiap bulan untuk mengetahui jumlah produksi dan peningkatan penjualan kerajinan Kain Shibori.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan ini diikuti oleh mitra yaitu kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang yaitu kelompok wanita yang aktif mengikuti kegiatan sosial dan kreatif di Kota Malang. Persiapan kegiatan pelatihan ini dimulai pada tanggal 30 Agustus dan 1 September 2020 dengan melaksanakan koordinasi dengan pihak kelompok Kota Malang Kegiatan ini terdiri dari pelatihan pengembangan pemasaran melalui *online marketing* yaitu media sosial dan *marketplace* yang dilaksanakan pada bulan September-Oktober 2020. Persiapan kegiatan pelatihan ini dimulai pada awal bulan September 2020 dengan melaksanakan kunjungan dan koordinasi dengan pihak kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Hal yang dilakukan adalah memastikan kembali fasilitas maupun perizinan lanjutan yang dibutuhkan untuk mengadakan pelatihan di daerah tersebut. Hasil koordinasi yang didapat adalah kegiatan pelatihan dilaksanakan di rumah koordinator dan segala perlengkapan dan materi disiapkan oleh tim pengabdian. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 35 orang. Pelatihan dilaksanakan 26 September dan 8 Oktober 2020. Koordinasi setelah peninjauan dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang lokasi mitra (kelebihan dan keku-

rangannya). Berdasar hasil peninjauan dilakukan diskusi antara tim PKM dengan koordinator PKK untuk mendapatkan cara pelaksanaan serta solusinya. Diskusi dilakukan dengan memberikan penjelasan program dan seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan, dan jika terjadi permasalahan dalam pelaksanaan dapat segera terselesaikan dan kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

### **Tahap Pelaksanaan Kegiatan**

Pelatihan hari pertama diisi dengan pelatihan pembuatan kerajinan Kain Shibori oleh JFI Craft Malang pemateri menjelaskan langkah-langkah pembuatan kerajinan Kain Shibori, bahan apa saja yang perlu disiapkan dan juga digunakan serta teknik-teknik pembuatan. Kemudian pelatihan kedua dilakukan penyuluhan tentang *online marketing*, *digital online marketing*, pengenalan beberapa media *online marketing* yakni media sosial yang terdiri dari Instagram dan Facebook serta *platform marketplace* yakni Shopee. Dipilihnya media sosial Instagram dikarenakan media sosial ini telah banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha, baik usaha kecil hingga usaha berskala besar (Sufiyanto *et al.*, 2021; Maharani *et al.*, 2019). Kendala yang dihadapi adalah peserta masih beranggapan bahwa memasarkan produk dengan cara *online* dirasa lebih sulit dibandingkan dengan menawarkan hasil karya tersebut ke toko-toko. Kelompok ini harus diberikan pemahaman terlebih dahulu bahwa untuk maju, usaha kerajinan Kain Shibori tersebut harus mampu mengikuti permintaan pasar. Setelah diberikan pelatihan mengenai *digital marketing* para peserta pelatihan sangat antusias. Pada pelatihan ketiga diisi dengan simulasi pembuatan akun dan penjualan di sosial media dan *marketplace* oleh peserta, dan hal ini tentunya dapat memberikan dampak positif pada penjualan, selanjutnya pada pelatihan juga diajarkan bagaimana membuat konten promosi agar menarik minat konsumen.



**Gambar 2.** Proses pembuatan kerajinan Shibori

Pelatihan diisi dengan pelatihan pembuatan kerajinan Kain Shibori oleh dari JFI Craft Malang. Disana dijelaskan langkah-langkah pembuatan kerajinan Kain Shibori, bahan apa saja yang perlu disiapkan dan juga digunakan serta teknik-teknik pembuatan hal tersebut terlihat pada Gambar 1 dimana peserta sedang mengikuti pembuatan kerajinan Kain Shibori. pada Gambar 2 dan Gambar 3 menunjukkan proses pembuatan kerajinan Shibori dan produk kain hasil kerajinan Shibori yang sudah jadi.

Kemudian pelatihan kedua tentang penyuluhan *online marketing*, *digital online marketing*, dan pengenalan beberapa media *online marketing* yakni media sosial yang terdiri dari Instagram dan Facebook serta *platform marketplace* yakni Shopee kegiatan ini terlihat pada Gambar 4. Selain media sosial, hadirnya *platform marketplace* merupakan ciri semakin berkembangnya bisnis pada era digital ini. *Marketplace* merupakan sebuah aplikasi *online* yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko.

## Training of Shibori techniques for Women's Group in Family Welfare Programme in Kedungkandang, Malang

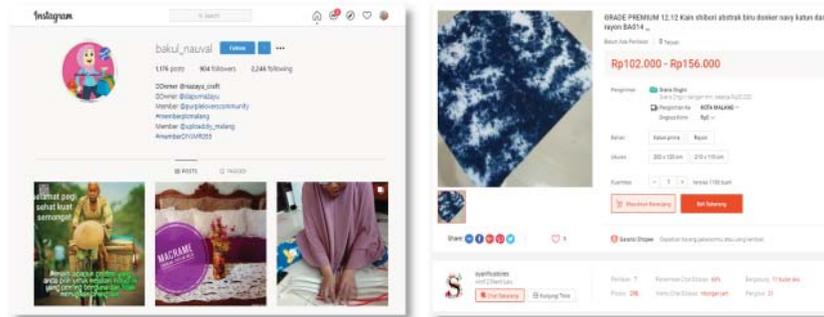
Aryntika Cahyantini, Fatmasari Endayani

*Marketplace* menjadi *platform online marketing* yang mudah dan murah karena para pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan banyak biaya, seperti sewa tempat dan lainnya. Inilah salah satu alasan mengapa *marketplace* menjadi sarana jual beli yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat. Beberapa *marketplace* yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha saat ini adalah Shopee (Hadi & Khairi, 2020), Tokopedia, dan Bukalapak (Rafiah, 2019). Untuk memudahkan pemasaran maka dalam pelatihan langsung dipraktikkan cara pembuatan akun sosial media dan *marketplace*.



**Gambar 3.** Hasil kerajinan Shibori setelah kering

**Gambar 4.** Pelatihan *digital marketing* dan pembuatan sosial media serta *marketplace*



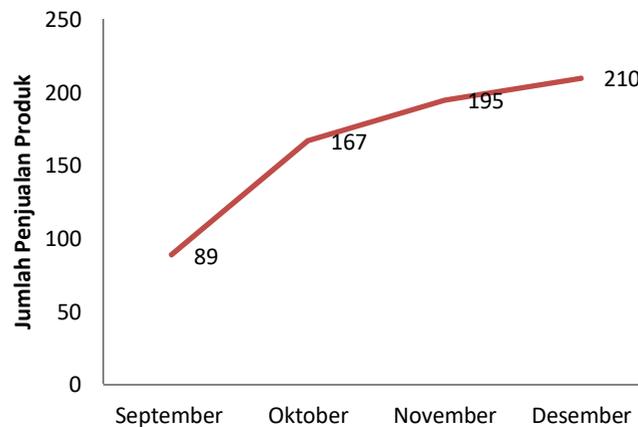
**Gambar 5.** Instagram dan *marketplace* (Shopee) yang dibuat setelah pelatihan untuk pemasaran kerajinan Shibori

Gambar 5 merupakan Instagram dan *platform marketplace* (Shopee) yang telah dibuat oleh ibu-ibu Kelompok PKK Kelurahan Sawojajar Kecamatan Kedungkandang setelah mendapat pelatihan dari tim pengabdian. Kedua platform tersebut digunakan karena media tersebut sudah banyak dimanfaatkan pelaku usaha. Di samping itu, Shopee merupakan platform *e-commerce* kontributor omzet terbesar yang membantu UMKM bertahan selama pandemi COVID-19. Berdasarkan survei Katadata Insight Center (KIC), Shopee juga menjadi *platform* yang dipilih UMKM dikarenakan keunggulan program promosi maupun faktor keamanan dalam bertransaksi.

Pelatihan selanjutnya diisi dengan simulasi pembuatan akun dan penjualan di sosial media dan *marketplace* oleh peserta, kemudian pelatihan bagaimana membuat konten promosi agar menarik minat konsumen. Kegiatan pelatihan ini bertujuan meningkatkan omset penjualan kerajinan Kain Shibori melalui digital marketing. Kegiatan ini juga telah menumbuhkan ide-ide kreatif bagi para peserta dalam membuat konten pemasaran yang mempunyai daya saing dan foto produk yang mampu menarik minat para konsumen.

### Tahap Evaluasi Proses dan Hasil

Peserta kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang sangat antusias dalam mengikuti materi pelatihan, mempraktikkan pembuatan kerajinan Kain Shibori, dan pembuatan akun sosial media serta *marketplace*. Di samping itu, keunikan warna yang dihasilkan dari pembuatan Kain Shibori ini berbeda dengan produk kerajinan pada umumnya yang menambah semangat para peserta pelatihan.



**Gambar 6.** Data penjualan kerajinan Shibori pada kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tim pengabdian pada Koordinator PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang, menunjukkan adanya kebutuhan mitra terkait aktivitas peningkatan skill dalam pembuatan kerajinan dan peningkatan kemampuan dalam pemasaran digital (*digital marketing*) melalui sosial media dan *marketplace*. Setelah program dilaksanakan anggota kelompok sudah dapat menerapkan kemampuan dalam usaha yang dijalankan. Selain itu, peningkatan penjualan seperti terlihat pada gambar 6 setelah pelaksanaan pelatihan penjualan kerajinan Shibori. Hal ini dipengaruhi oleh kemampuan penggunaan *social media* dan *marketplace*. Dari buku keuangan koordinator kelompok, diketahui bahwa penjualan mengalami cukup banyak peningkatan mulai bulan September hingga Desember 2020. Setelah pelatihan terdapat peningkatan penjualan mencapai 100%, penjualan kerajinan Kain Shibori naik dimana pada bulan September terjual 89 kain perbulan dan meningkat hingga 210 kain di bulan Desember 2020. Dari sini dapat diketahui bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Merdeka Malang dapat meningkatkan kreativitas dan peningkatan ekonomi Kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang.

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan seluruh kegiatan pada program pengabdian masyarakat oleh tim Pengmas Universitas Merdeka Malang dengan sasaran Kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang dapat disimpulkan bahwa: (1) Mitra mampu menciptakan dan mengembangkan kreasi kerajinan Kain Shibori serta memiliki keterampilan dalam memasarkan produk kerajinan tersebut dengan menggunakan fasilitas *digital marketing* melalui beberapa akun media sosial antara lain Facebook,

Instagram, Whatsapp, dan Whatsapp Group; (2) Kemampuan penggunaan *marketplace* ditengarai dengan suksesnya pendaftaran akun dan produk di Shopee dan penjualan yang meningkat karena penggunaan *social media* yang telah diterapkan.

Program kegiatan pengabdian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya memberikan pelatihan pembuatan Kain Shibori sampai memasarkan produk melalui *digital marketing*, namun belum memberikan pelatihan dari segi pembuatan hak paten dan penyusunan laporan keuangan. Oleh karena itu, bagi Tim Pengabdian berikutnya sebaiknya memberikan pelatihan cara mengurus hak paten produk yang telah diproduksi sehingga dengan terdaptarnya produk Shibori di perizinan industri akan semakin membuat produk memiliki kekuatan hukum dan berdaya saing tinggi di pangsa pasar dan mengetahui naik turunnya laba usaha.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih yang pertama pengabdian ditujukan kepada: (1) Pihak LPPM dan Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan pendanaan atas terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam program "Hibah Internal Pengabdian Pemula 2020"; (2) Mitra kegiatan pengabdian yaitu kelompok PKK Kelurahan Sawojajar, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang; dan (3) JFI Craft yang telah berkolaborasi dalam kegiatan pengabdian ini.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsiyah, A., Ribawanto, H. & Sumartono, S. (2009). Pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan ekonomi desa (Studi kasus pemberdayaan masyarakat industri kecil krupuk ikan di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Wacana*, 12(2), 32-40.
- Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127-132. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3246>
- Herawati, H., & Mursanib, M. (2019). Meningkatkan kemampuan anak berkomunikasi melalui metode tanya jawab di Kelompok B TK Andine Palupi. *Bungamputi*, 5(1), 1-9.
- Huda, M. (2013). *Model-model pengajaran dan pembelajaran*. Pustaka Pelajar.
- Kannan, P. K., & Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Maharani, A., Ardiansah, I., & Pujiyanto, T. (2019). Efektivitas penggunaan Instagram melalui dua tahap analisis pada Zanana dan Oifyoo. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 8(1), 47-54. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v8i1.3216.47-54>
- Maziyah, S., Indrahti, S., & Alamsyah, A. (2019). Implementasi Shibori di Indonesia. *Kiryoku: Jurnal Studi Kejepangan*, 3(4), 214-220. <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v3i4.214-220>
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Priyono, O. S. (1996). *Pemberdayaan: Konsep, kebijakan dan implementasi*. Jakarta: CSIS.
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46-56. <http://dx.doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>

- Saputra, H., Rudianto, R., Setiawan, D., & Nugroho, R. A. (2018). Desa wisata hidroponik sebagai upaya pemberdayaan masyarakat Desa Sidomulyo Kecamatan Anggana Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(1), 587-593. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i1.9656>
- Suantara, D., Oktaviani, E., & Siregar, Y. (2017). Motif tradisional Indonesia pada permukaan kain sandang Shibori technique exploration in developing Indonesian traditional motif design in clothing fabric surface. *Arena Tekstil*, 32(2), 67-76. <http://dx.doi.org/10.31266/at.v32i2.3304>
- Sufiyanto, S., Andrijono, D., Widayati, S., Anam, M. M., Dzulkarnain, Z., & Yuniarti, S. (2021). Implementasi sistem hidroganik untuk menunjang program ketahanan pangan pasca pandemi Covid-19 di Desa Sukowilangun, Kalipare, Kab. Malang. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 2(3), 177-188. <https://doi.org/10.37295/jpdw.v2i3.259>
- Sulistiyani, A. T. (2004). *Kemitraan dan model-model pemberdayaan*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Wada, Y. I. (2012). *Memory on cloth: Shibori now*. New York: Kodansha America, Inc.
- Widiana, M. E., Supit, H., & Hartini, S. (2012). Penggunaan teknologi internet dalam sistem penjualan online untuk meningkatkan kepuasan dan pembelian berulang produk batik pada usaha kecil dan menengah di Jawa Timur. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 14(1), 72-82. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.72-82>
- Widjajanti, K. (2011). Model pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 12(1), 15-27. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.202>
-