
Program Kemitraan Masyarakat Inovasi Desain Produk, Manajemen dan Pemasaran Digital Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Dampak Covid-19

Rahmawati¹, Edi Kurniadi², Siti Nurlela³, Dwi Soegiarto⁴, Khairudin⁵

^{1,2}Universitas Sebelas Maret Surakarta, ³Universitas Batik Surakarta, ⁴Universitas Muria Kudus, ⁵Universitas Bandar Lampung

Email: rahmawati_fe@staff.uns.ac.id

ARTICLE INFO

Date of entry:

11 June 2021

Revision Date:

4 July 2021

Date Received:

20 August 2021

ABSTRACT

These Community Partnership Program partners with two partners are located in Pandes Village, Kecamatan Wedi, Klaten Regency. Kampung Sablon is a form of tourism that is on objects and attractions in the form of village life with a special unique character in the local community including its culture, which has the opportunity to be used as a commodity for visitors/tourists, and all that is produced by activities in the screen printing village is in the form of t-shirts. This is a direct activity of local community empowerment in Pandes Village, Wedi District, which is adjacent to the Prambanan Temple tourist attraction and the City of Yogya. The Convection Handicraft Industry located in Sablon Village is the flagship in Wedi District, Klaten Regency and faces challenges to survive during the COVID-19 period in terms of management, strategic planning and the ability to process production using appropriate technology. This program activity has the following specific objectives: (1) designing an online marketing system to overcome problems during the covid-19 pandemic; (2) financial management and website-based management; (3) assisting T-shirt Convection SMEs in Sablon Village, Pandes Village, Wedi District, Klaten Regency; (4) create a local unique design for registration of Intellectual Property in the form of Copyright. This community partnership program activity is planned for a period of 1 year, covering (1) Training Preparation (2) Training Implementation (3) Entrepreneurship Training (4) Assistance (5) Evaluation of output targets (6) Evaluation after the implementation of Community Service

Keywords: Innovation; Digital Marketing; Screen Printing Village

Program Kemitraan Masyarakat ini bermitra dengan dua mitra yang berlokasi di Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten. Kampung Sablon adalah sebuah bentuk pariwisata yang bertumpu pada objek dan daya tarik yang berupa kehidupan kampung dengan karakter keunikan khusus dalam masyarakat setempat termasuk budayanya, yang memiliki peluang untuk dijadikan komoditi bagi pengunjung/wisatawan, dan semua yang dihasilkan oleh kegiatan di dalam kampung sablon berupa produk kaos tersebut merupakan pemberdayaan masyarakat setempat aktivitas secara langsung di desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten yang berdekatan dengan objek wisata Candi Prambanan serta Kota Yogya. Industri Kerajinan Konveksi yang berada di Kampung Sablon menjadi unggulan di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten dan menghadapi tantangan untuk bertahan di masa covid 19 dalam hal pengelolaan, perencanaan strategis dan kemampuan poses produksi dengan menggunakan teknologi tepat guna. Kegiatan

program ini memiliki tujuan khusus sebagai berikut: (1) mendesain sistem pemasaran melalui *online* mengatasi masalah masa pandemic *covid-19*; (2) pengelolaan keuangan dan manajemen berbasis *website*; (3) membantu UKM Konveksi Kaos di Kampung Sablon Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten; (4) membuat desain kekhasan lokal untuk didaftarkan Kekayaan Intelektual berupa Hak Cipta. Kegiatan program kemitraan masyarakat ini direncanakan dalam jangka waktu 1 tahun, meliputi (1) Persiapan Pelatihan (2) Pelaksanaan Pelatihan (3) Pelatihan Kewirausahaan (4) Pendampingan (5) Evaluasi target luaran (6) Evaluasi setelah pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kata Kunci: Inovasi, Pemasaran Digital, Kampung Sablon



Cite this as: Rahmawati, R., Kurniadi, E., Nurlela, S., Soegiarto, D., Khairudin, K. (2021). Community Partnership Program for Product Design, Management, and Digital Marketing Innovations as an Effort for Economic Recovery from the Impact of Covid-19. *Empowerment Society*. 4(2), 41-51. <https://doi.org/10.30741/eps.v4i2.695>

INTRODUCTION

Program Kemitraan Masyarakat ditujukan untuk dapat membantu mengatasipermasalahan yang dihadapi oleh masyarakat umum seperti kemiskinan, kesetaraan gender dan inklusi sosial, bencana alam, keamanan, kesehatan, pendidikan, lingkungan, kependudukan, sosial politik dan masalah sosial lainnya; dan masalah yang dihadapi oleh masyarakat ekonomi produktif seperti masalah produksi, manajemen, dan pemasaran. Khalayak sasaran (mitra) Program Kemitraan Masyarakat dapat berupa kelompok usaha masyarakat. Mitra dari kelompok masyarakat ekonomi produktif. Program Kemitraan Masyarakat ini bermitra dengan dua mitra yang berlokasi di Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten. Mitra mempunyai Paguyuban Kampung Kaos, yang di mulai usaha kaos yang terdiri dari sablon, menjahit kemudian bersinergi dengan yang cukup kecil permodalan di mulai pada tahun 2006. Sebelum *covid19* melanda usaha ini cukup menggembirakan dan berkembang pesat karena produk yang dibuat disukai kawula muda. Namun pada saat *covid19* untuk mendapatkan order sangatlah sulit setiap bulan kurang lebih mendapat order hanya 305 buah, kemudian menggabungkan diri dengan paguyuban sablon, penjahit perlu kerjasama.

Pemasaran produk kaos di Kampung Sablon sebelum pandemi covid ditujukan untuk pasar lokal di dalam kampung batik dan luar kota. Pemasaran di dalam kampung sablon dilakukan di rumah yang sekaligus digunakan sebagai tempat membuat kaos, karena ini belum memiliki *showroom*. Mekanisme pemasaran dilakukan dengan dua cara, yaitu: a) Sistem pemesanan langsung dari tamu yang datang kepada pemilik usaha dengan membawa tema dan spesifikasi produk yang diinginkan. b) Pembeli-wisatawan membeli karya kaos yang bergambar desain sepeda, gambar wayang. Pemasaran langsung ini terus meningkat, seiring meningkatnya kunjungan wisatawan di Kampung Sablon Tandes Wedi Klaten. c) Pemasaran ke luar kota dengan cara mengirim langsung kepada beberapa pedagang souvenir di Jalan Malioboro Yogyakarta. Teknis proses sablon masih manual. Pada bulan pertama mulai desain dan sablon warna yang dihasilkan kadang tidak seperti yang diharapkan maka perlu standarisasi dengan warna sehingga kualitas bagus. Hambatan: *skill* dan kemampuan para pengrajin utamanya dalam teknik pencampuran warna dengan warna hasil sablon masih terbatas. Inovasi desain produk. Pada bulan pertama dilakukan inovasi desain, yaitu dengan beberapa desain baru yang lebih menarik, yang lebih diminati pasar. Kemudian dirasakan perlu adanya tindak lanjut penerapan inovasi desain dengan mengangkat corak/desain yang menjadi ciri khas. Hambatan: Daya kreasi/inovasi serta teknis yang dikuasai pengrajin konveksi kaos terbatas, sehingga diperlukan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan mereka. Inovasi Diversifikasi Produk. Selama ini produk yang dihasilkan hanya kaos, dan daster, *katok kolor*. Belum ada pemikiran untuk menghasilkan produk lain berbahan kaos.

Proses produksi di UKM Kampung Sablon pada sebelum pandemi dominan mengadopsi teknik sablon kaos, karakter industri mikro dengan produk yang terkesan kurang inovatif dan membuat produk yang memiliki kesamaan relatif. Pada saat pandemi *covid19* pembuatan kaos yang diproses berdasarkan keinginan pemesan, yaitu dominan menggunakan teknik sablon dengan bahan pada kain kaos dari pemesan.



Gambar 1: Analisis Kebutuhan Kegiatan di UKM Kampung Kaos Wedi

Pemasaran kaos sebelum pandemi *covid* ditujukan untuk pasar lokal di dalam kampung sablon dan luar kota. Pemasaran di dalam kampung sablon dilakukan di rumah keluarga yang sekaligus digunakan sebagai tempat membuat kaos, karena perusahaan ini belum memiliki *showroom*. Mekanisme pemasaran dilakukan dengan dua cara, yaitu: a) Sistem pemesanan langsung dari tamu yang datang kepada pemilik usaha dengan membawa tema dan spesifikasi produk yang diinginkan, misalnya kaos dengan obyek utama dua sepeda, dan hargapun baru disepakati bersama. b) Pembeli-wisatawan membeli kaos yang pemasaran langsung ini terus meningkat, seiring meningkatnya kunjungan wisatawan di Kampung Sablon Tandes Wedi Klaten. c) Pemasaran ke luar kota dengan cara mengirim langsung kepada beberapa pedagang souvenir di Jalan Malioboro Yogyakarta. Distribusi dilakukan sendiri oleh UKM dengan menggunakan kendaraan roda dua dan terkadang menggunakan jasa kereta api Prambanan Ekspres. Sejak berlangsungnya pandemi *covid*, usaha pembuatan Kaos sangat menurun, dari bulan Maret hingga Mei 2020, hampir tidak ada permintaan untuk membuat kaos. Barulah memasuki bulan Juli 2020 mulailah ada pemesan yang datang ke Kampung Sablon dengan membawa bahan baku katun. Pada masa pandemi tidak ada pembeli yang datang langsung untuk membeli produk yang dipajang dan tidak ada pula pemasaran ke luar, termasuk pemasaran kepada pelanggan/pedagang di Jalan Malioboro Yogyakarta.



Gambar 2: Produksi Kaos di Kampung Sablon

Strategi perajin kaos bertahan hidup di tengah pandemi *covid-19*, adalah dengan cara menyesuaikan diri dalam kondisi usaha yang sedang mengalami penurunan omzet penjualan di tengah pandemi *covid-19*, diantaranya adalah bekerja sampingan di luar kaos antara lain usaha menjadi memproduksi masker, celana pendek, *katok kolor*, *babydol*, baju untuk anak-anak yang harga terjangkau oleh lokal untuk menyambung hidup.



Gambar 3: Kesepakatan Usulan Teknologi Tepat Guna yang akan diterapkan

Kampung sablon merupakan sebuah bentuk pariwisata yang bertumpu pada objek dan daya tarik yang berupa kehidupan kampung dengan karakter keunikan khusus dalam masyarakat setempat termasuk budayanya, yang memiliki peluang untuk dijadikan komoditi bagi pengunjung/wisatawan, dan semua yang dihasilkan oleh kegiatan di dalam kampung kaos tersebut merupakan pemberdayaan masyarakat setempat aktivitas secara langsung di Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten yang berdekatan dengan objek wisata Candi Prambanan. Dukungan peran aktif partisipasi masyarakat sangat menentukan kelangsungan di dalam destinasi kampung wisata kaos. Kampung memiliki potensi yang spesifik dan unik yang berbeda dari kampung lainnya, yaitu Kampung Kaos.



Potensi dan peluang usaha mitra untuk mendukung upaya pencapaian visi tersebut, terutama dalam masa pandemic *covid-19* ini, perencanaan Kampung Wisata Kaos perlu dilakukan untuk mewujudkan Kampung Wisata Kaos sebagai salah satu atraksi wisata, ekonomi, dan seni, serta menjadi sebuah model. Karena letak kawasan yang berada di Kabupaten Klaten berdekatan dengan Candi Prambanan, pengembangan kawasan kampung kaos berbasis budaya akan menjadikan kawasan ini menjadi lebih berkarakter lokal, dan setidaknya menjadi kawasan yang dapat mengungkap kembali nilai-nilai lokal masa lalu, dan menjadi pusat kegiatan baru (*node*) bagi

aktivitas sosial, ekonomi dan seni-budaya untuk kebutuhan sekarang. Sektor UMKM akan mengalami kesulitan menahan dampak covid-19 tersebut. UMKM dinilai sebagai sektor yang paling rentan terhadap krisis ekonomi karena covid-19 karena jenis usaha ini sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan barang dagangan.

UKM di Kampung Sablon masih sangat sederhana belum membuat pencatatan berterima umum dan belum melakukan kegiatan pembukuan dengan tertib. Program ini memberikan pelatihan dalam pengelolaan manajemen dimulai melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan/pengendalian kegiatan produksi sesuai dengan harapan perusahaan yaitu mampu memproduksi barang-barang/produk secara efektif dan efisien, sehingga perusahaan dapat menjamin kelangsungan hidupnya dan berkembang, maka sudah selayaknya apabila perusahaan melakukan manajemen yang sebaik-baiknya dalam bidang produksi tersebut. Agar manajemen dalam perusahaan tersebut dapat melakukan manajemen produksi dengan sebaik-baiknya tentunya terlebih dahulu UKM tersebut mengerti, memahami dan kemudian melaksanakan manajemen produksi yang sebaik-baiknya dalam perusahaan yang akan dikelolanya.

Analisis Permasalahan Mitra

Sejak berlangsungnya pandemi covid-19, usaha pembuatan kaos sangat menurun, dari bulan Maret hingga Mei 2020 hampir tidak ada permintaan untuk membuat kaos. Barulah memasuki bulan Juli 2020 mulailah ada pemesan yang datang ke kampung sablon berupa kaos wayang. Pada masa pandemi tidak ada pembeli yang datang langsung untuk membeli produk yang dipajang dan tidak ada pula pemasaran kaos ke luar, termasuk pemasaran kepada pelanggan/pedagang di Jalan Malioboro Yogyakarta, Jakarta, Bali, Sumatra atau Kalimantan. Strategi UKM di kampung sablon bertahan hidup di tengah pandemi covid-19 bertahan, adalah dengan cara menyesuaikan diri dalam kondisi usaha yang sedang mengalami penurunan omzet penjualan di tengah pandemi covid-19, diantaranya adalah bekerja sampingan di luar produksi kaos antara lain memproduksi masker, celana kolor, *babydol*, usaha menjadi penjual/memasok makanan ringan dan lauk bagi usaha kuliner terutama untuk warung HIK dikelurahan Pandes, sedangkan usaha di Kampung Sablon bekerja serabutan menjadi penjual jasa angkut barang dsb. Perkembangan dalam menjalankan produksi industri kecil, industri rumah tangga maupun UKM perlu di dukung pada ketersediaan teknologi yang ada, dengan kemampuan dan kapasitas financial dalam mempergunakan teknologinya. UKM belum secara maksimal memanfaatkan komputer dan internet dalam menjalankan usaha dampak adanya covid 19. Peralatan yang mendukung seperti mesin jahit, meja kaca untuk mendesain, mesin sablon, peralatan sablon lainnya. Sehingga perlu pelatihan pemakaian teknologi, pemasaran *online*, produksi desain dengan komputer serta pemasaran digital.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan. Tahap akhir evaluasi setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat untuk mengetahui kesesuaian: input, proses, output dan *outcome*, dengan kebutuhan dan solusi yang diberikan kepada UKM apakah sudah sesuai dengan harapan dan apakah Program Kemitraan Masyarakat berupa pelatihan, pasca pelatihan/pendampingan bisa bermanfaat dan dapat meningkatkan *outcome* yang berkelanjutan seperti menambah tenaga kerja dan mengurangi pengangguran. Dengan demikian fungsi evaluasi dalam pengabdian kepada masyarakat bukanlah sekedar mengadakan pengawasan dari pelaksanaan kegiatan UKM, melainkan juga termasuk pengumpulan data sebagai masukan (input) guna penentuan tindak lanjut dalam usaha-usaha perbaikan pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, dengan adanya evaluasi diharapkan akan terdapat perbaikan-perbaikan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari satu periode ke periode berikutnya.

Berapa hal yang dilaksanakan: pelatihan manajemen usaha, pelatihan produksi, pelatihan digital marketing, pelatihan keuangan dan administrasi, penerapan alat produksi, pendampingan dan evaluasi. Lingkup yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra secara

sistematis sesuai dengan prioritas permasalahan. Perkembangan dalam menjalankan produksi industri kecil, industri rumah tangga maupun UKM perlu di dukung pada ketersediaan teknologi yang ada, dengan kemampuan dan kapasitas financial dalam mempergunakan teknologinya.

UKM mitra di Kampung Sablon belum secara maksimal memanfaatkan komputer dan internet dalam menjalankan usaha. Dampak adanya *covid 19* implementasi teknologi berbasis internet telah menjadi tren yang sangat penting di era globalisasi ini. Internet memiliki peran penting dalam mencapai integrasi bisnis antarwilayah, pertukaran informasi dan target bisnis, sehingga sebagian besar perubahan dalam kehidupan kita tidak akan mungkin tanpa internet (Castells, 1999, Huosong, 2003). Dengan peningkatan teknologi dan semakin mudahnya UKM meningkatkan produktivitas. UKM memainkan peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, oleh karena itu perlu adanya peningkatan salah satunya dalam kesiapan adopsi teknologi. Kesiapan teknologi informasi dan komunikasi menjadi hal penting bagi UKM karena dapat meningkatkan daya saing, dan mengefektifkan fungsi produksi seperti modal dan tenaga kerja (Prasetyo, 2015, Purnama, 2017). Namun disatu sisi, bisnis usaha besar telah menggunakan computer untuk operasionalnya, sedangkan usaha mikro, kecil dan menengah cenderung lebih lambat dalam mengadopsi inovasi teknologi tersebut (Rahab, 2006). Terdapat tiga tahapan dalam penerapan teknologi informasi dan komunikasi antara lain tahap inisiasi, tahap adopsi dan tahap implementasi (Piere dan Delbecq, 1977, Yap, 1990). Tahap ini berkaitan dengan pengumpulan dan evaluasi informasi tentang inovasi teknologi. Kemudian diikuti oleh tahap keputusan adopsi, dimana dibuat keputusan tentang mengadopsi inovasi teknologi. Setelah itu tahap membuat keputusan dari hasil adopsi, yang mana akan menjadi implementasi penerapan inovasi teknologi dalam bisnis.

Solusi dan Target Luaran

Solusi yang ditawarkan terkait dengan permasalahan prioritas mitra dibidang pengelolaan manajemen sebagai berikut:a) Membuat perencanaan adalah suatu spesifikasi dari tujuan yang ingin dicapai serta cara-cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan, perencanaan ini juga merupakan suatu proses untuk menetapkan tujuan. Perencanaan mempunyai arti yang sangat penting bagi seluruh kegiatan-kegiatan dilaksanakan oleh kegiatan usaha UKM. b) Pengorganisasian bisa diartikan sebagai suatu usaha penciptaan/pembentukan kerjasama dari dua orang atau lebih dengan atau tanpa peralatan lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Kerjasama ini tidak terbatas kepada kerjasama di antara para karyawan dalam UKM saja, melainkan juga dengan beberapa orang atau lembaga yang berada di luar perusahaan yang mempunyai kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan perusahaan tersebut seperti perbankan, dan lain sebagainya. c) Pengarahan sangat penting guna pelaksanaan kerja yang cukup baik, kegiatan perusahaan akan betul-betul mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan/UKM, atau dengan kata lain akan dapat dilaksanakannya kegiatan secara terpadu. d) Pengkoordinasian untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan dalam perusahaan perlu diadakannya koordinasi yang baik antar bagian atau antar pihak yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan. e) Pengendalian sebagai unsur terakhir dari manajemen perusahaan/UKM dapat diartikan sebagai pengawasan yang sekaligus dapat mengambil beberapa tindakan untuk perbaikan yang diperlukan. Dengan demikian fungsi pengendalian dalam manajemen bukanlah sekedar mengadakan pengawasan dari pelaksanaan kegiatan dalam sebuah perusahaan/UKM, melainkan juga termasuk pengumpulan data sebagaimasukan (input) guna penentuan tindak lanjut dalam usaha-usaha perbaikan pelaksanaan kegiatan dalam perusahaan tersebut pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, dengan adanya pengendalian diharapkan akan terdapat perbaikan-perbaikan pelaksanaan kegiatan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Pelatihan manajemen usaha, Pelatihan produksi, Pelatihan digital marketing, Pelatihan keuangan dan administrasi, Penerapan alat produksi, Pendampingan dan Evaluasi.

METHODS

Metode pelaksanaan kegiatan terkait masalah dibidang produksi

Produk adalah perwujudan yang paling jelas dari pertemuan antara pemasaran dan produksi. Tidak cukup hanya konsumen membutuhkan produk tersebut, tetapi organisasi harus mampu memproduksinya. Karena itu perlu dicapai persesuaian antara semua fungsi-fungsi bisnis atas masalah-masalah seperti: prestasi, estetika, kualitas, keberandalan, kuantitas, harga jual atau biaya produksi, tanggal dan waktu penyerahan. Dalam mencapai kesepakatan tentang hal-hal tersebut, pengetahuan atas faktor-faktor ekstern harus diambil, seperti kebutuhan pasar dan budaya yang berlaku, pembatasan hukum dan permintaan lingkungan. Proses keputusan tentang pembuatan produk dilakukan dengan memadukan kebutuhan-kebutuhan bersifat teknis dan organisasi dengan orang-orang di dalam organisasi. Dalam memutuskan suatu proses perlu diperhatikan faktor-faktor seperti: kapasitas yang tersedia, tenaga ahli yang tersedia, tipe produksi, tata letak pabrik dan peralatan pabrik, keselamatan, kebutuhan pemeliharaan, dan biaya yang akan dicapai.

Metode pelaksanaan kegiatan terkait masalah dibidang manajemen

Upaya untuk melaksanakan manajemen produksi, maka manajemen yang bersangkutan tidak akan dapat untuk melepaskan diri dari persoalan-persoalan yang selalubermunculan di dalam pelaksanaan proses produksi tersebut. Secara umum, berbagai macam persoalan-persoalan yang timbul dalam pelaksanaan proses produksi sehubungan dengan dilaksanakannya kegiatan produksi dalam perusahaan tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar: 1) Bagian yang pertama adalah persoalan-persoalan yang akan timbul di dalam penyusunan dari sistem disain produksi yang akan digunakan dalam perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal ini bukanlah terbatas kepada persoalan-persoalan fasilitas fisik saja (misalnya mesin-mesin dan peralatan-peralatan pabrik yang akan dipergunakan dalam seluruh kegiatan produksi) melainkan akan termasuk pula penentuan produk, lokasi pabrik, lingkungan kerja yang perlu disiapkan oleh perusahaan dan lain sebagainya. 2) Bagian yang kedua adalah persoalan-persoalan yang timbul karena adanya kegiatan operasi produksi dalam perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal ini merupakan persoalan-persoalan jangka pendek dari perusahaan tersebut, misalnya masalah penyediaan bahan baku untuk proses produksi, masalah persediaan bahan baku, barang setengah jadi maupun barang jadi, masalah kualitas produk yang diproduksi dan sebagainya.

Metode pelaksanaan kegiatan terkait masalah dibidang pemasaran dan lain-lain

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil atau tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian pengusaha dalam memasarkan, memproduksi dan mengelola keuangannya. Kemampuan pengusaha dalam mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut juga sangat diperlukan agar usahanya dapat berjalan dengan lancar. Pada dasarnya seseorang mendirikan sebuah usaha yaitu untuk mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan dalam mencapai tujuan tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Banyaknya pesaing dalam usaha sejenis juga menjadi tantangan bagi perusahaan terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, untuk menarik konsumen untuk melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai kondisi yang sedang terjadi.

Salah satu strategi pemasaran yang sedang berkembang saat ini adalah melalui media internet. Perkembangan internet saat ini sudah menjadi kebutuhan sehari-hari tiap individu. Internet merupakan jaringan global yang menyatukan jaringan komputer di seluruh dunia yang memungkinkan terjalinnya komunikasi dan interaksi antara satu dengan yang lain di seluruh dunia. Dengan adanya internet, pengguna dapat mencari informasi yang diinginkan dengan mudah, cepat, dan luas. Meningkatnya pengguna internet juga dirasakan oleh pelaku bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mempermudah kegiatan bisnis. Saat ini sudah banyak perusahaan memasarkan produk atau jasa mereka dengan cara membuat *website*, *blog*, *e-mail*, maupun *social media*.

Pemasaran merupakan salah satu proses bisnis yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar. Penyaluran informasi berguna bagi perusahaan untuk mengenalkan keunggulan produk barang atau jasa yang dimiliki kepada pelanggan. Disamping itu, perusahaan harus menerapkan strategi-strategi pemasaran yang unggul agar dapat membentuk citra perusahaan yang lebih baik serta mendapatkan nilai tambah dan keuntungan lebih bagi perusahaan. Pemasaran dapat dilakukan melalui media tradisional maupun *online*. Kegiatan pemasaran dengan media tradisional dapat berupa media cetak seperti brosur, *banner*, surat kabar, atau pameran. Sementara kegiatan pemasaran *online* menggunakan internet disebut *e-marketing*. Salah satu dari kegiatan *e-marketing* adalah dengan menggunakan *website* sehingga hubungan dengan pelanggan dapat mengurangi biaya dan waktu, karena dapat dilakukan selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu, dimana saja dan kapan saja selama ada koneksi internet. Pemanfaatan internet juga sebagai salah satu usaha dalam meningkatkan hasil usaha dibidang pemasaran yang bertujuan dalam kemudahan berusaha.

Perancangan *e-Marketing Web* ini meliputi: 1) Membahas mengenai analisis dan perancangan strategi *e-marketing* 2) Pembuatan aplikasi *website* yang dapat mendukung *e-marketing* pada.3) Perancangan dan pembuatan aplikasi *e-marketing* ini, tidak membahas hal-hal yang berhubungan tentang pembayaran. Tujuan perancangan *e-Marketing Web* untuk memasarkan produk/jasa dan mengenalkan produk/jasa juga perusahaan secara luas dan lebih baik lagi. Membuat sistem pemasaran yang baik, user *friendly*, mudah diakses dan mampu meningkatkan kinerja di UKM Kampung Sablon Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten. Juga membuat *website* yang dapat berfungsi dan dipertimbangkan sebagai media *e-marketing* yang bermanfaat bagi perusahaan. Memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk yang ditawarkan UKM Kampung Sablon Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten. Mempermudah pelanggan dalam melakukan reservasi di UKM Kampung Sablon Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten dapat memperluas pangsa pasar. Efisiensi biaya dalam pemasaran. Strategi (*Strategie-Marketing*) pada tahap ini dijelaskan bagaimana perusahaan mencapai tujuan yang telah dibuat sebelumnya, mendukung tercapainya tujuan dan strategi yang dibuat sebelumnya. Juga target yang akan dicapai dan dilakukan selanjutnya.

Tahapan pelaksanaan.

Pelaksanaan Kegiatan Program Penerapan Iptek Kepada Masyarakat Kementerian Riset Dan Teknologi/ Badan Riset Dan Inovasi Nasional Tahun Anggaran 2021 dengan judul "Program Kemitraan Masyarakat Inovasi Desain Produk, Manajemen dan Pemasaran Digital Bagi Paguyuban Kampung Sablon, Upaya Pemulihan Ekonomi Dampak Covid-19 Di Kabupaten Klaten" dimulai dari pengamatan kondisi usaha yang ikut *collaps* pada saat kondisi pandemi *covid-19* dengan mempertimbangkan sektor usaha yang memiliki tenaga kerja banyak, memiliki nilai ekonomi strategis dan pangsa pasar luas. Salah satu sektor itu adalah sektor industri kerajinan konveksi kaos yang menyediakan seragam olah raga sekolah, kantor instansi, pariwisata untuk menunjang dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Agar produk lebih dekat dengan konsumen maka diperlukan mitra yang telah memiliki usaha konveksi di sekitar wilayah pengembangan kampung kaos penjahit dan sablon usaha konveksi.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program.

UKM di Kampung Sablon Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten mempunyai motivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan transfer teknologi sangat antusias akan berpengaruh terhadap keberhasilan transfer teknologi. Semakin tinggi motivasi seseorang untuk mengikuti kegiatan transfer teknologi, maka semakin tinggi pula peluang keberhasilan transfer teknologi. Motivasi secara aktif berpartisipasi dan mendukung proses transfer pengetahuan dan teknologi. UKM di Kampung Sablon Desa Pandes Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten sangat terbuka dengan adanya kegiatan kerjasama Program Kemitraan Masyarakat. Pihak terkait Masyarakat, Kepala Desa, Camat Wedi dan Dinas UMKM dan Koperasi Kabupaten Klaten sangat mendukung adanya program kemitraan masyarakat. Kondisi lingkungan kerja yang baik, akan menunjang para pekerja sehingga

dapat menimbulkan semangat kerja yang lebih baik sehingga tujuan-tujuan UKM dalam berusaha akan cepat tercapai. Budaya memberi rasa masyarakat untuk mengatur bagaimana kehidupan sosial sehari-hari mereka. Kepercayaan dan nilai budaya pada kelompok pekerja yang berbeda memiliki dampak yang nyata terhadap bagaimana mereka membangun arti dari teknologi yang mereka gunakan ketika bekerja maupun untuk keperluan pribadi. Ciri-ciri budaya dari dua belah pihak dapat memiliki dampak yang signifikan pada efektivitas dan karenanya mempengaruhi keberhasilan proses transfer teknologi.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan. Tahap akhir evaluasi setelah pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk mengetahui kesesuaian: input, proses, output dan *outcome*, dengan kebutuhan dan solusi yang diberikan kepada UKM apakah sudah sesuai dengan harapan dan Apakah Program Kemitraan Masyarakat berupa pelatihan, pasca pelatihan/pendampingan bisa bermanfaat dan dapat meningkatkan *outcome* yang berkelanjutan seperti menambah tenaga kerja dan mengurangi pengangguran. Dengan demikian fungsi evaluasi dalam Pengabdian Kepada Masyarakat bukanlah sekedar mengadakan pengawasan dari pelaksanaan kegiatan UKM, melainkan juga termasuk pengumpulan data sebagai masukan (input) guna penentuan tindak lanjut dalam usaha-usaha perbaikan pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, dengan adanya evaluasi diharapkan akan terdapat perbaikan-perbaikan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari satu periode ke periode berikutnya.

RESULTS AND DISCUSSION

Pada tahap ini dilakukan upaya menyamaan persepsi terhadap program yang akan dilaksanakan dengan mempertimbangkan kebutuhan UMKM dan menyiapkan program kerja yang dibutuhkan oleh UMKM yaitu pelatihan ecoprint berbahan kaos dan inovasi desain kaos berbasis kearifan lokal. Setelah melalui diskusi dengan UKM desain keraton Solo tersebut siap untuk diaplikasikan pada pelatihan. Pelatihan akuntansi juga diberikan pada UKM kaos.



Gambar 4. Pelatihan ecoprint berbahan kaos dan inovasi desain kaos berbasis kearifan lokal

Tahap pelaksanaan

Pelatihan inovasi desain, kegiatan ini berupa pelatihan pembuatan *ecoprint* berbahan kaos dan inovasi desain kaos berbasis kearifan lokal sudah berjalan dengan baik. Desain kaos berbasis kearifan lokal yang telah didiskusikan dipraktikkan untuk dibuat kaos. Pelatihan akuntansi dan pemasaran digital yang berisikan tentang definisi dan arti penting akuntansi bagi entitas, pengenalan akun-akun/rekening, proses pencatatan ke jurnal, proses pemindahan ke buku besar, pembuatan neraca saldo, pembuatan *website*, perancangan *e-marketing web*, membuat sistem pemasaran yang baik, *friendly*, mudah diakses dan mampu meningkatkan kinerja UKM. Selain itu juga dilakukan *marketing* secara luring dengan melakukan pameran di The Park Mall-Solo Baru.



Gambar 5. Pelatihan inovasi desain



Gambar 6. Hasil pengabdian kepada masyarakat



Gambar 7. Serah terima peralatan ke UKM

CONCLUSION

Setelah mengikuti kegiatan *training*/pelatihan dari seluruh rangkaian materi, peserta dievaluasi: a) Pada akhir program pengabdian peserta diajak mengevaluasi kegiatan yang telah dilakukan antara lain berupa pelatihan *ecoprint* kaos, inovasi desain kaos berbasis kearifan lokal, akuntansi serta diagendakan mengikuti pameran di The Park Mall-Solo Baru, b) Peserta diajak mengevaluasi apakah telah mampu membuat desain kaos berbasis kearifan lokal yang memiliki daya saing. c) Pengusaha mitra diajak mengevaluasi hasil kinerja pemasaran lokal maupun regional berbasis pemasaran digital dan pemasaran yang memanfaatkan kearifan lokal.

REFERENCE

- Al-Thawwad, R.M. (2008). Technology Transfer and Sustainability - Adapting Factors: Culture, Physical Environment, and Geographical Location, in Proceedings of The 2008 IAJC-IJME International Conference, 5.
- Efstathiades dkk. (2000). Advanced Manufacturing Technology Transfer And Implementation In Developing Countries: The Case of The Cypriot Manufacturing Industry, *Technovation*, 20, 93–102.
- Gibson, G.V. dan Sung, T.K. (2000). Knowledge and Technology Transfer: Levels and Key Factors, Proceedings of the 4th International Conference on Technology Policy and Innovation, Brazil, August, 2000.
- Kementrian Riset dan Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi Nasional, Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan, Panduan Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XIII, Tahun 2020.
- Lee, J. dan Win, H.N. (2004). Technology transfer between university research centers and industry in Singapore, *Technovation*, 24, 433– 442
- Mohamed. (2010). Modeling Technology Transfer for Petroleum Industry in Libya: An Overview, *Scientific Research and Essay* ,5, 130-147.
- Kementrian Riset dan Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi Nasional, Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan, Panduan Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XIII, Tahun 2020.