

PELATIHAN PEMBUATAN KERAJINAN *HOME DECORE* DARI BAHAN PASCA GUNA DI DESA KALIREJO KABUPATEN KOTA BOJONEGORO**Giati Anisah, Mundzar Fahman**

Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro

Email : anis@sunangiri.ac.id**ABSTRAK**

Pandemi Covid-19 menimbulkan dampak berkurangnya penghasilan masyarakat, baik yang bekerja sebagai karyawan atau pedagang. Di sisi lain, terdapat banyak barang pasca guna yang dapat dimanfaatkan kembali menjadi kerajinan tangan, khususnya home decore yang bernilai ekonomi tinggi. Tujuan kegiatan ini adalah melakukan pelatihan kepada masyarakat mengenai cara memproduksi dan memasarkan kerajinan *home decore* yang terbuat dari barang pasca guna. Tahapan kegiatan ini antara lain, a) tahap persiapan dan sosialisasi program kepada masyarakat, b) pelaksanaan pelatihan program pengabdian, c) monitoring dan evaluasi program pengabdian, dan d) pemasaran hasil kerajinan home decore dari barang pasca guna. Kerajinan home decore yang dihasilkan dari pelatihan adalah bantal sofa dari bahan baju bekas dan kain perca serta hiasan meja dari botol bekas. Program ini dilaksanakan oleh Tim KKN UNU Sunan Giri Bojonegoro. Program dilaksanakan menggunakan metode ABCD (*Aset Based Community Development*). Pelatihan ini bermanfaat bagi masyarakat dalam 3 hal, yaitu a) mengurangi sampah botol dan memanfaatkan kembali baju bekas serta kain perca, b) memberdayakan masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, dan c) meningkatkan perekonomian masyarakat desa dengan menjadi pengarjin home decore kemudian memasarkannya secara *online*.

Kata Kunci: *Pemanfaatan barang pasca guna, kerajinan home decore, pelatihan pembuatan kerajinan*

PENDAHULUAN

Ketika pandemi Covid-19 mulai menyebar ke seluruh dunia sejak akhir tahun 2019, semua masyarakat dunia terdampak. Covid-19 dengan cepat menyebabkan dampak sosial-ekonomi yang memperhatikan, seperti hilangnya pendapatan, melemahnya sektor perekonomian, dan masalah kesehatan. Ditambah lagi kurangnya kesadaran di antara masyarakat setelah terjadinya krisis yang tidak biasa semakin memperburuk situasi. Covid-19 telah menciptakan tantangan ekonomi dan sosial yang sangat besar di seluruh negara.

Banyak karyawan kehilangan pekerjaan. Sektor perdagangan menurun karena daya beli masyarakat yang rendah. Berbagai upaya penting dilakukan untuk menjangkau masyarakat di seluruh lapisan untuk memastikan mereka selamat dari krisis. Saat dunia secara bertahap melangkah menuju pemulihan dari pandemi global, upaya sukarela akan sangat penting dalam membangun dunia yang lebih adil dan lebih sehat. Para civitas akademika memiliki tanggungjawab moral untuk melakukan hal tersebut. Mereka perlu

meneruskan ilmu dan ide yang mereka peroleh di perguruan tinggi untuk diinovasikan dan disebarluaskan kepada masyarakat.

Demi membantu meningkatkan perekonomian masyarakat, diperlukan sebuah tindakan nyata di masyarakat, salah satunya adalah pelatihan demi meningkatkan kompetensi dan menambah inspirasi inovasi. Pelatihan pembuatan kerajinan *home decore* dari barang pasca guna adalah salah satu contohnya.

Produk kerajinan memiliki nilai estetik yang dapat menarik minat masyarakat. Selain menarik karena nilai estetikanya, kerajinan *home decore* dari barang pasca guna juga memiliki nilai guna. Keunggulan pada beberapa produk seni kerajinan yaitu memiliki fungsi ganda yaitu sebagai hiasan sekaligus berfungsi secara fisik, sehingga konsumen tidak hanya membeli keindahan namun juga membeli kemanfaatan fungsi fisiknya seperti produk-produk yang dihasilkan dalam penciptaan seni¹

Barang pasca guna adalah barang yang telah melalui manfaat pertamanya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Iskandar² bahwa barang bekas dimaksudkan semua barang yang telah tidak dipergunakan. Barang ini biasanya dibuang oleh masyarakat. Akan tetapi, sesungguhnya barang tersebut masih memiliki manfaat lanjutan dengan modifikasi penggunaan. Pemanfaatan lanjutan ini juga dapat mengurangi tumpukan sampah di lingkungan. Barang pasca guna yang digunakan dalam pengabdian ini adalah botol dan kain perca. Kedua jenis barang pasca guna tersebut tersedia dalam jumlah melimpah di Desa Kalirejo Kecamatan Kota Bojonegoro.

Kerajinan *home decore* yang dihasilkan tetap memiliki nilai artistic yang tinggi meski diolah dari barang pasca guna. Semakin menyusutnya bahan dasar di bumi ini dikarenakan tingginya populasi harus dibarengi dengan meningkatnya kreativitas pengolahan sehingga barang yang dihasilkan tidak kalah dari barang berbahan baku baru. Proses pengerjaan kerajinan *home decore* dari barang pasca guna dilakukan dengan tangan sehingga memiliki harga produksi yang rendah. Menurut Sari harga pokok produksi yaitu harga-harga yang terjadi dan dibebankan pada proses produksi³. Harga pokok produksi mempunyai kaitan erat dengan indikator-indikator berhasilnya penjualan sebuah barang, seperti laba kotor penjualan, laba bersih. Harga pokok produksi atau

¹ T. Raharjo. *Seni Kriya dan Seni Kerajinan*. Otok Herum Marwoto (ed.) (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2011), halaman 17

² Iskandar Agus. *Daur Ulang Sampah*. (Jakarta : Azka Mulia Media, 2002) halaman 2.

³ Indah Dian Sari. Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode Harga Pokok Proses Pada PT. Persada. *Jurnal Moneter* Volume 5 No.2 (Oktober, 2018), halaman 163

product cost merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan (performance) dari produksi. Tergantung pada rasio antar harga jual dan harga pokok produknya, perubahan pada harga pokok produk yang relatif kecil bisa jadi berdampak signifikan pada indikator keberhasilannya⁴

Manfaat bagi masyarakat Desa Kalirejo Kecamatan Bojonegoro terutama bagi ibu-ibu PKK adalah a) mengurangi sampah botol dan memanfaatkan kembali baju bekas serta kain perca, b) memberdayakan masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, dan c) meningkatkan perekonomian masyarakat desa dengan menjadi pengrajin home decore kemudian memasarkannya secara online.

Desa Kalirejo adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Kota Bojonegoro. Batas wilayah sebelah utara dan timur berbatasan dengan Kabupaten Tuban, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Semanding dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Mulyoagung. Desa Kalirejo adalah desa di pingiran kota Bojonegoro. Jumlah penduduknya adalah 760 kepala keluarga. Sebagian besar mata pencaharian dari penduduk Desa Kalirejo adalah karyawan dan buruh Tani. Dari data demografi penduduk Desa Kalirejo tercatat 450 orang penduduk Desa Kalirejo bekerja sebagai karyawan yang pendapatnya menurun terdampak pandemi.

Permasalahan potensial terkait kepentingan perekonomian masyarakat terkait dampak simultan pandemi Covid-19 di Desa Kalirejo, antara lain a) penghasilan masyarakat menurun terdampak pandemic, b) banyaknya ibu rumah tangga yang memiliki banyak waktu luang, b) adanya potensi barang pasca guna berupa botol, baju bekas, dan kain perca di Desa Kalirejo, c) adanya potensi mengembangkan pemasaran hasil kerajinan ke Kota Bojonegoro, d)) adanya potensi mengembangkan pemasaran hasil kerajinan secara *online*.

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh KKN Universitas Nahdlatul Sunan Giri Bojonegoro. Pertimbangan melakukan kerja sama dengan Unugiri karena universitas tersebut merupakan universitas unggulan di Kabupaten Bojonegoro. Selain itu, Unugiri terletak tidak jauh dari Desa Kalirejo.

⁴ Fery Nur Firmansyah. 2016. *Penutupan HPP (Harga Pokok Produksi) dengan Metode Full Costing dalam Pembuatan Etalase di Sulkani Putra Semarang*. (<https://core.ac.uk/download/pdf/35382616.pdf>), halaman 1

METODE

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan metode ABCD (*Aset Based Community Development*). Metode ABCD adalah pendekatan pengembangan masyarakat yang didasarkan pada aset yang dimiliki oleh masyarakat local tempat dilaksanakannya pengabdian. Metode pelaksanaan program pengabdian dibagi menjadi empat tahap, antara lain a) tahap persiapan dan sosialisasi program kepada masyarakat, b) pengenalan dan pelatihan program pengabdian, c) monitoring dan evaluasi program pengabdian, dan d) pemasaran hasil kerajinan home decore dari barang pasca guna. Penyusunan rencana program kegiatan dilakukan bersama tim program pengabdian dan kelompok sasaran sehingga apa yang akan dilaksanakan sesuai keinginan. Objek kajian akan menjadi bahan bagi tim untuk menyusun asumsi, deskripsi dan kerangka tindakan. Objek kajian pada program ini yaitu masyarakat Desa Kalirejo. Analisis peluang kerajinan pelatihan pembuatan kerajinan *home decore* dari benda pasca guna dilakukan dari berbagai segi sebagai berikut.

1. Analisis Pemberdayaan Masyarakat

Analisis pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan menganalisis kondisi masyarakat dan peluang pemberdayaan, menumbuhkan minat dan motivasi berkreasi, meningkatkan produktivitas usaha melalui inovasi tepat guna sehingga membuka peluang pemasaran demi peningkatan ekonomi, khususnya secara online karena idsesuaiakn dengan selera konsumen di masa pandemi.

2. Analisis Pemanfaatan Barang Pasca Guna

Analisis pemanfaatan barang pasca guna dilakukan dengan menjawab beberapa pertanyaan-pertanyaan berikut, yaitu: barang pasca guna apa yang mudah didapatkan di Desa Kalirejo? Kerajinan apa yang bisa dibuat dengan kondisi kompetensi yang dimiliki oleh masyarakat Desa Kalirejo? Apa keistimewaan yang dapat ditonjolkan dari barang hasil produksi kerajinan? Sejauh mana efektifitas kegiatan pemasaran dan promosi usaha? serta analisis SWOT.

3. Pengurangan Sampah dan Pelestarian Lingkungan

Isu yang selalu menjadi polemik di Indonesia adalah sampah. Banyak jumlah populasi selalu menghasilkan sampah lebih banyak. Barang pasca guna merupakan bagian dari calon sampah. Pemanfaatan barang pasca guna untuk dijadikan barang kerajinan berupa home decore dapat mengurangi sampah, terutama botol bekas, baju bekas dan kain perca yang dimiliki oleh warga dapat berkurang.

4. Target luaran

Target luaran secara jelas dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Target Luaran

Program Aksi	Target luaran	Indikator Keberhasilan
Pelatihan pembuatan kerajinan <i>home decore</i> dari barang pasca guna di Desa Kalirejo Kecamatan Kalirejo	Pelatihan pembuatan kerajinan <i>home decore</i> dari barang pasca guna di Balai Desa Kalirejo yang melibatkan masyarakat sekitar	Adanya masyarakat yang menjadi pengrajin <i>home decore</i> dari botol bekas, baju bekas, dan kain perca.
Pemasaran <i>online</i>	Membuat toko <i>online</i> di berbagai <i>market place</i> dan promosi online melalui sosial media	Peningkatan hasil penjualan kerajinan <i>home decore</i> dari barang pasca guna.

HASIL DAN PEMBAHASAN**1. Pelatihan Pembuatan Kerajinan *Home Decore* dari Barang Pasca Guna**

Pelatihan pembuatan kerajinan *home decore* dari barang pasca guna diawali dengan sosialisasi program kepada masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK di Desa Kalirejo. Pada tahap itu dijelaskan kondisi menumpuknya barang pasca guna yang sesungguhnya bisa dimanfaatkan dan dapat bernilai ekonomi tinggi. Dalam hal ini, sosialisasi dikerucutkan pada potensi botol bekas, baju bekas, dan kain perca untuk dimanfaatkan menjadi hiasan meja dan bantal sofa.

Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk membuka wawasan dan kesadaran masyarakat tentang potensi kerajinan dan usaha. Sosialisasi juga menyingung potensi pemasaran *online* di masa pandemi yang sedang naik daun. Pada tahun 2020, terjadi peningkatan sebanyak 38% pembelian barang di *E-Commerce*⁵ Calon konsumen dan penjual/produsen sangat dimudahkan dengan adanya market place seperti shopee, tokopedia, dan lain sebagainya dalam membeli produk.

Sosialisasi di akhiri dengan koordinasi dengan pihak pemerintahan desa serta penyusunan anggota pengrajin dan jadwal pelatihan. Pengrajin yang ditargetkan adalah 20 orang ibu-ibu PKK. Kegiatan dilakukan tanggal 21 April 2021 di Balai Desa Kalirejo.

⁵ Sirclo.com, *Menilik Tren Perkembangan ECommerce Indonesia di 2020*, "Solusi Ecommerce, 2020. <https://www.sirclo.com/menilik-trenperkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020>.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Kerajinan *Home Decore* dari Barang Pasca Guna di Balai Desa Kalirejo.

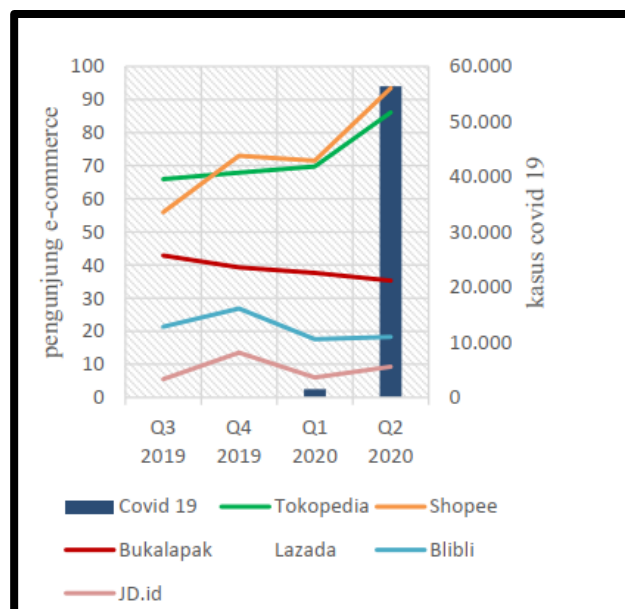




Gambar 2. Hasil Kerajinan Home Decore dari Barang Pasca Guna yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Kalirejo

2. Pemasaran Produk Kerajinan Home Decore dari Barang Pasca Guna Secara Online

Pada tahun 2020 terjadi peningkatan pembelian secara online sebanyak 38%. Bahkan, kunjungan di beberapa market place terkemuka di Indonesia melonjak drastic seperti ditunjukkan pada Gambar 3. berikut.



Gambar 3. Grafik visualisasi pertumbuhan pengunjung bulanan 6 E-Commerce terbesar di Indonesia dari kuartal keempat 2019 hingga kuartal kedua tahun 2020

Sumber: Permana, et al⁶

⁶ Edgar Alvin Permana, Arvy Muhammad Reyhan, dan Hidayatullah Rafli, Nur Aini Rakhmawati. *Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-10*. Jurnal Teknoinfo. Vol 15 No 1 tahun (2021), halaman 32.

Pemasaran online atau pemasaran digital adalah setiap pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik untuk menyampaikan pesan promosi dan mengukur dampaknya. Dalam praktiknya, pemasaran digital biasanya mengacu pada kampanye pemasaran yang muncul di komputer, ponsel, tablet, atau perangkat lain. Materi pemasaran bisa dalam berbagai bentuk, video online, iklan bergambar, dan posting media sosial. Pada masa pandemi, pemasaran digital sering dianggap lebih efektif dibandingkan dengan pemasaran tradisional seperti iklan majalah, papan reklame, dan surat langsung.

Dalam pengabdian ini, pemasaran online yang dikenalkan kepada masyarakat desa Kalirejo dibagi menjadi dua, yaitu pemasaran di *media sosial* dan pemasaran di *market place*.

a. Pemasaran Melalui Media Sosial

Pemasaran media sosial berarti mengarahkan lalu lintas dan kesadaran merek dengan melibatkan orang dalam diskusi online. *Platform* paling populer untuk pemasaran media sosial adalah Facebook, Twitter, dan Instagram, dan YouTube.

Dikarenakan pemasaran media sosial melibatkan partisipasi audiens yang aktif, itu adalah salah satu cara untuk mendapatkan perhatian kepada calon konsumen.

Pemasaran media sosial menawarkan metrik keterlibatan bawaan, yang sangat berguna dalam membantu penjual memahami seberapa baik ia menjangkau audiens. Penjual dapat memutuskan jenis interaksi mana yang paling berarti bagi penjualan, apakah itu berarti jumlah pembagian, komentar, atau total klik ke situs Web.

Pembelian langsung bahkan mungkin bukan tujuan dari strategi pemasaran media sosial Anda. Banyak merek menggunakan pemasaran media sosial untuk memulai dialog dengan audiens daripada mendorong mereka untuk melakukan pembelian dengan segera. Ini sangat umum pada merek yang menargetkan audiens yang lebih tua atau menawarkan produk dan layanan yang tidak sesuai untuk pembelian impulsif. Itu semua tergantung pada tujuan penjual.

Dengan media sosial masyarakat Desa Kalirejo dapat memperkenalkan produk kerajinan home decore yang mereka hasilkan. Menjalin interaksi dengan calon pembeli dan akhirnya mempopulerkan produknya. Adanya pelatihan ini memberikan wawasan kepada masyarakat desa mengenai potensi besar media sosial dalam menghasilkan uang.

b. Pemasaran Melalui Market Place

Marketplace terpopuler di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, JD.ID, dan Blibli. Sesungguhnya di sini peluang penjualan lebih tinggi dikarekan akses ke

aplikasi marketolace ini memang bertujuan untuk bertransaksi. Akan tetapi, tanpa usaha pemasaran barang yang baru diupload di toko baru sulit untuk muncul di hasil pencarian.

Oleh sebab itu, dalam program ini, masyarakat Desa Kalirejo diajarkan untuk melakukan iklan bayar-per-klik, atau PPC, yaitu memposting iklan di platform dan membayar setiap kali seseorang mengkliknya.

Bagaimana dan kapan orang melihat iklan kita sedikit lebih rumit. Ketika tempat tersedia di halaman hasil mesin pencari, juga dikenal sebagai SERP, mesin mengisi tempat itu berjalan secara otomatis. Algoritme memprioritaskan setiap iklan yang tersedia berdasarkan sejumlah faktor, yaitu:

- Kualitas iklan
- Relevansi kata kunci
- Kualitas halaman arahan
- Jumlah tawaran

Setiap kampanye PPC memiliki 1 atau lebih tindakan target yang harus diselesaikan oleh pemirsa setelah mengklik iklan. Tindakan ini dikenal sebagai konversi dan dapat bersifat transaksional atau non-transaksional. Melakukan pembelian adalah sebuah konversi. Dengan pelatihan ini diharapkan masyarakat Desa Kalirejo mengetahui cara bersaing di dunia digital dalam hal pemasaran hasil produksi kerajinan home decore dari barang pasca guna.

KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan kerajinan *home decore* dari barang pasca guna di Desa Kalirejo Kecamatan Kota Bojonegoro dapat menyelesaikan tiga masalah sekaligus, yaitu a) mengurangi sampah botol dan memanfaatkan kembali baju bekas serta kain perca, b) memberdayakan masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, dan c) meningkatkan perekonomian masyarakat desa dengan menjadi pengrajin *home decore* kemudian memasarkannya secara online.

Hasil pemantauan tim program pengabdian di wilayah desa kalirejo kecamatan kota bojonegoro sangat tinggi mencapai 89%. Tokoh masyarakat, perangkat desa dan kecamatan turut mendukung kesuksesan program pengabdian ini karena sejalan dengan program desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Hal ini terlihat dari peran Pemerintah Desa Kalirejo selama proses persiapan dan koordinasi yang selalu mendapat perhatian. Kepala Desa Kalirejo mendukung program pengabdian dan menilai program ini dapat memberikan dampak positif yaitu meningkatkan kreatifitas ibu-ibu, meningkatkan pendapatan warga, dan mengurangi pencemaran lingkungan dari barang pasca guna.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, Fery Nur. 2016. *Penutupan HPP (Harga Pokok Produksi) dengan Metode Full Costing dalam Pembuatan Etalase di Sulkani Putra Semarang*. (Online) (<https://core.ac.uk/download/pdf/35382616.pdf>), diakses tanggal 1 Juni 2021.
- Iskandar, Agus. 2006. *Daur Ulang Sampah*. Jakarta : Azka Mulia Media
- Permana, Alvin Edgar., Reyhan, Arvy Muhammad., Rafli, Hidayatullah., Rakhmawati, Nur Aini. 2021. Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-10. *Jurnal Teknoinfo. Vol 15 No 1 tahun 2021* (Online) (<https://ejournal.teknokrat.ac.id>.) diakses tanggal 1 Juni 2021.
- Raharjo, T. 2011. *Seni Kriya dan Seni Kerajinan* (Otok Herum Marwoto (ed.); Pertama). Percetakan kanisius.
- Sari, Dian Indah. 2018. Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Harga Pokok Proses Pada PT. Persada. *Jurnal Moneter Volume 5 No.2 Oktober 2018*. (Online) (<https://jurnal.bsi.ac.id>) diakses tanggal 1 Juni 2021.
- Sirclo.com, *Menilik Tren Perkembangan E-Commerce Indonesia di 2020," Solusi Ecommerce, 2020*. <https://www.sirclo.com/menilik-trenperkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020>, diakses 1 Juni 2021.