



MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK MELALUI EFISIENSI PRODUKSI DAN PEMASARAN DIGITAL PADA PENGRAJIN KULIT

Dhiani Dyahjatmayanti¹, You She Melly Anne Dharasta², Dhimas Wicaksono³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan, Indonesia

E-mail address: ¹dhiani.dyahjatmayanti@sttkd.ac.id; ²you.she@sttkd.ac.id;

³dhimas.wicaksono@sttkd.ac.id

Abstract

Yanto Leather is one of the leather craftsmen at the Manding Craft Industry Center, Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta. Since the Covid-19 outbreak attacked Indonesia in March 2020, it has had an impact on the MSME sector, including the Manding Leather Crafts Industrial Center. The impact felt most by leather craftsmen was the decline in sales turnover during the pandemic, including Yanto Leather. The aim of the activity is to improve the skills of Yanto Leather craftsmen in production efficiency and digital marketing. The methods used are coordination and collaboration with partners, training and mentoring. The output of this program includes increasing the application of science and technology where craftsmen are able to use social media for digital marketing, a new brand called Yanto Hastkala, and a product catalog that has been registered for copyright, and the provision of leather sewing machines to increase production efficiency.

Keywords: *Manding leather crafts; empowerment; digital marketing; efficiency; production*

Abstrak

Yanto Kulit merupakan salah satu pengrajin kulit di Sentra Industri Kerajinan Manding, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak wabah Covid-19 menyerang Indonesia Maret 2020 berimbas pada sektor UMKM termasuk Sentra Industri Kerajinan Kulit Manding. Dampak yang paling dirasakan oleh pengrajin kulit adalah menurunnya omzet penjualan selama pandemi, termasuk Yanto Kulit. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan keterampilan pengrajin Yanto Kulit dalam efisiensi produksi dan pemasaran digital. Metode yang digunakan koordinasi dan kolaborasi dengan mitra, pelatihan dan pendampingan. Luaran program ini meliputi peningkatan penerapan iptek dimana pengrajin mampu menggunakan media sosial untuk pemasaran digital, merek baru bernama Yanto Hastkala, dan katalog produk yang telah didaftarkan hak cipta, dan penyediaan mesin seset kulit untuk meningkatkan efisiensi produksi.

Kata Kunci: *Kerajinan kulit Manding; pemberdayaan; pemasaran digital; efisiensi; produksi*

PENDAHULUAN

Sentra Industri Kerajinan Kulit Manding terletak di jalan Dr. Wahidin Sudirohusodo, Manding, Sabdodadi, Kecamatan Bantul, Kabupaten Bantul. Desa Sabdodadi memiliki luas wilayah 2733,06 ha yang merupakan wilayah pengembangan industri kerajinan kulit khususnya Manding. Industri Kerajinan Kulit Manding yang dibangun mulai tahun 1947 ini terbukti mampu memberikan sumbangan pada nilai ekspor Kabupaten Bantul dan juga memberikan kesempatan kerja dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat di Dusun Manding. Volume ekspor kerajinan kulit pada tahun 2023 sebesar 101 ton dengan nilai 6.327 ribu US dolar (Cahyono, 2023). Peran industri kulit sangat dirasakan dalam tata kehidupan masyarakat Kabupaten Bantul dikarenakan industri yang telah turun temurun serta sebarannya hampir merata di seluruh wilayah, khususnya di Dusun Manding, Desa Sabdodadi, Kecamatan Bantul.

Sentra Industri Kulit Manding merupakan satu-satunya sentra penghasil produk berbahan dasar kulit hewan di Kabupaten Bantul. Produk yang dihasilkan adalah jaket, sepatu, sandal, dompet, wayang, tas, topi, sabuk, gantungan kunci, kipas serta hiasan kulit

lainnya. Produk kulit di Manding tidak hanya menggunakan bahan kulit sebagai bahan kerajinan, tetapi juga memadukan kulit dengan bahan baku lain seperti serat alam pandan, mendong, eceng gondok, agel dan lidi (Norsita, 2012). Hasil kerajinan kulit Manding dipasarkan ke berbagai wilayah Yogyakarta, seperti pasar Bringharjo, wisata candi Prambanan, wisata Candi Borobudur bahkan aksesoris dari kulit sapi ini telah mampu menembus pasar luar Yogyakarta seperti Jakarta, Solo, Semarang dan Bali serta di ekspor hingga Spanyol dan Australia (Sari, 2015; Suryaman & Mathori, 2018).

Sejak wabah Covid-19 menyerang Indonesia Maret 2020 berimbas pada sektor UMKM termasuk Sentra Industri Kerajinan Kulit Manding. Dampak yang paling dirasakan oleh pengrajin kulit adalah menurunnya omzet penjualan selama pandemi. Hal ini dirasakan oleh salah satu pengrajin kulit Manding yang menjadi mitra sasaran program Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) yaitu Usaha Kerajinan Yanto Kulit. Yanto Kulit merupakan usaha yang dirintis oleh Bapak Muryanto sejak tahun 2010. Yanto Kulit awalnya mempunyai 8 karyawan. Namun sejak pandemi Covid-19 terpaksa mengurangi karyawan dikarenakan terjadi penurunan omzet

sehingga saat ini hanya mempekerjakan 3 karyawan. Adapun produk yang dihasilkan Yanto Kulit antara lain tas, dompet, box, card case, dan souvenir seperti gantungan kunci. Yanto kulit lebih banyak menerima permintaan dari pabrik/perusahaan eksportir. Sebelum Covid-19, rata-rata permintaan dari pabrik atau jumlah tas yang diproduksi adalah 50 tas/minggu. Rata-rata harga tas di Yanto Kulit adalah Rp 250.000,00 s.d Rp 500.000,00, sehingga omzet untuk satu kali permintaan/pesanan sebesar Rp 12.500.000,00 s.d Rp 25.000.000,00

Namun, sejak Covid-19, terjadi penurunan permintaan dan penurunan kunjungan wisatawan, Yanto Kulit kemudian tidak rutin memproduksi tas. Rata-rata jumlah tas yang diproduksi sekitar 10 tas/minggu, namun tidak rutin selalu ada permintaan. Hal ini menyebabkan penurunan omzet menjadi hanya mendapatkan sekitar Rp 2.500.000,00 setiap ada pesanan dan tidak rutin setiap bulan ada pesanan. Upaya yang dilakukan oleh Yanto Kulit untuk meningkatkan jumlah permintaan dengan menjalin kembali relasi dengan rekan-rekan yang bekerja di perusahaan eksportir agar mendapatkan pesanan. Selain itu, Yanto Kulit juga melakukan diversifikasi produk dengan menerima

pesanan kerajinan dari pabrik berupa box yang berbahan kain dan eceng gondok.

Jenis mitra PMP adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi yaitu pengrajin kulit di Pedukuhan Manding, Bantul. Pengrajin kulit yang menjadi mitra sasaran adalah Bapak Muryanto yang memiliki usaha kerajinan kulit bernama Yanto Kulit. Gambar 1 menunjukkan lokasi Usaha Yanto Kulit. Adapun lokasi Usaha Yanto Kulit tidak berada di jalan utama Sentra Industri Kulit Manding namun berada di dalam Pedukuhan Manding RT 08, Sabdodadi, Bantul.



(a) (b) (c)

Gambar 1. (a) Tampak depan rumah produksi dan toko Yanto Kulit; (b) Kondisi etalase produk; (c) Kondisi tempat produksi

Sebelum terjadi pandemi Covid-19, pemasaran yang dilakukan oleh Yanto Kulit masih tradisional yaitu hanya menitipkan kerajinan tas kulit ke pedagang-pedagang di Pasar Bringharjo dan Malioboro. Selain itu, Yanto Kulit juga membuka toko di rumah pemilik

usaha, sehingga target konsumennya hanya wisatawan yang berkunjung ke Sentra Industri Kulit Manding. Jika tidak ada wisatawan maka toko Yanto Kulit pun tidak mendapatkan pembeli. Ketika terjadi pandemi Usaha Yanto Kulit mengalami kesulitan penjualan dikarenakan mengandalkan konsumen yang datang langsung ke toko atau dengan cara pembelian tradisional. Usaha Yanto Kulit pernah mendapatkan order dari perusahaan eksportir untuk memproduksi logo tas. Namun sejak pandemi, pesanan tersebut juga berhenti. Yanto Kulit belum pernah melakukan pemasaran secara digital atau menggunakan *marketplace* dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dari pemilik usaha dan karyawan. Menurut Muflikhah UMKM menghadapi berbagai tantangan seperti akses terbatas terhadap modal usaha dan teknologi, kurangnya keterampilan kewirausahaan, serta dukungan dalam pemasaran produk (Muflikhah et al., 2024).

Permasalahan lain yang dihadapi oleh Yanto Kulit adalah regenerasi pengrajin di Dusun Manding. Fenomena yang terjadi saat ini adalah kurangnya minat pemuda di Dusun Manding untuk menjadi generasi penerus usaha kerajinan kulit. Saat ini, pengrajin kulit Manding

didominasi oleh usia 35 tahun ke atas dengan pendidikan minimal SD-SMA. Dengan bekal pendidikan tersebut, sebagian besar pengrajin kurang terampil dalam hal inovasi produk, memproduksi produk kulit dengan waktu pengerjaan yang cepat dan pemasaran dengan menggunakan teknologi internet (Vidiastuti & Widiastuti, 2017). Gambar 2 menyajikan produk-produk yang dihasilkan Usaha Yanto Kulit.

Permasalahan di bidang produksi yaitu kesulitan dalam menerima pesanan dalam jumlah besar dan kualitas produk kerajinan seperti tas yang kurang baik dikarenakan masih menggunakan seset kulit secara manual. Selama ini, Pengrajin Yanto Kulit melakukan pekerjaan seset kulit secara manual dan apabila terdapat jumlah pesanan yang besar, Yanto Kulit menyewa jasa seset kulit dengan mesin ke pengrajin lain yang lebih besar sehingga tentu menambah biaya produksi. Tujuan kegiatan pengabdian adalah meningkatkan keterampilan pengrajin Yanto Kulit dalam efisiensi produksi dan pemasaran digital.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Pelaksanaan program dilakukan melalui berbagai pendekatan, yaitu koordinasi dan kolaborasi dengan mitra, pelatihan/workshop dan pendampingan.

Pendekatan koordinasi dan kolaborasi dengan mitra ditujukan agar mitra berpartisipasi aktif dalam kegiatan dari awal sampai akhir. Koordinasi dan kolaborasi dilakukan melalui komunikasi atau interview secara mendalam serta survei untuk mengetahui seberapa jauh tingkat pengetahuan pengrajin/karyawan. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah metode *experiential learning* yaitu suatu metode proses belajar mengajar yang mengaktifkan pembelajar untuk membangun pengetahuan dan keterampilan serta nilai-nilai juga sikap melalui pengalamannya secara langsung (Cahyani, 2009). Jadi, pelatihan diberikan secara langsung dalam praktek manajemen usaha sehari-hari. Kemudian, monitoring dan evaluasi dilakukan melalui metode pendampingan.

Pengembangan kompetensi yang akan dilakukan oleh tim pelaksana STTKD terbagi dalam beberapa aktivitas yaitu: 1) Identifikasi kebutuhan; 2) Pelatihan; 3) Pendampingan seperti yang ditunjukkan di Gambar 3. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan. Pada tahapan ini, tim pengusul menggali dan mengidentifikasi kebutuhan utama yang ada di Usaha Kerajinan Yanto Kulit. Untuk lebih mempertajam dan

mengupdate kebutuhan terbaru, observasi dan interview dengan pemilik usaha dan karyawan dilakukan.



Gambar 3. Tahapan Penerapan Iptek Masyarakat

Setelah dilakukan identifikasi tentang kebutuhan peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tahapan selanjutnya adalah pelatihan dan workshop. Pelatihan yang diberikan ditujukan untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan. Pelatihan akan dilakukan secara klasikal atau dengan metode *experiential learning* sesuai kondisi dan kebutuhan mitra. Pada pelatihan ini juga diperagakan bagaimana pengoperasian mesin seset kulit dan penggunaan social media.

Untuk memberikan pemahaman teknis dan membantu implementasi konsep atau materi yang didapatkan dari pelatihan, tim pelaksana juga akan memberikan pendampingan secara menyeluruh dan sifatnya regular kepada karyawan. Bentuk pendampingan bisa berupa konsultasi dan arahan teknis. Kemudian, pendampingan ini dilakukan sebagai bentuk monitoring dan evaluasi dari kegiatan pelatihan.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di rumah produksi Yanto Kulit yang berada di Sentra Industri Kulit Manding, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Diawali dengan kegiatan audiensi sejak Juni 2024 sampai dengan kegiatan pendampingan pada Oktober 2024. Jumlah peserta adalah 4 pengrajin/karyawan Yanto Kulit. Adapun secara detil tahapan pelaksanaan kegiatan Program PMP adalah:

1. Tahap Audiensi/Pendekatan dengan Pemilik Usaha Kerajinan Yanto Kulit Manding. Tim Pelaksana dari STTKD melakukan pertemuan dengan pemilik usaha Tujuan dari audiensi ini adalah untuk menginformasikan rencana kegiatan/program PMP dan menyusun jadwal pertemuan dengan karyawan untuk mensosialisasi atau melakukan musyawarah.
2. Tahap Sosialisasi/Musyawah dan Pelaksana Kegiatan dengan pertemuan yang dihadiri oleh pemilik usaha, karyawan dan Tim Pelaksana dari STTKD untuk mensosialisasi setiap kegiatan yang akan diadakan dalam PMP.
3. Tahap Pelatihan, meliputi pengelolaan bisnis dan *digital marketing* menggunakan social media, blog dan online shop sebagai sarana untuk

digital marketing. Selain itu juga memberikan pelatihan dengan metode praktik/workshop (*experiential learning*). Pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan pengoperasian mesin seset kulit dan perhitungan biaya produksi dan HPP untuk produk.

4. Tahap Pendampingan, untuk menjamin keberlanjutan program/kegiatan, karyawan Yanto Kulit masih perlu dilakukan pendampingan oleh tim pelaksana STTKD. Dalam pendampingan ini kegiatan yang dilakukan adalah mengontrol dan mengevaluasi hasil kegiatan pelatihan.
5. Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program. Upaya untuk menumbuhkan partisipasi mitra adalah dengan menumbuhkan kesadaran mitra untuk benar-benar memahami permasalahan yang dihadapinya. Selan itu, partisipasi mitra dalam kegiatan ini adalah menumbuhkan kesadaran mitra untuk memahami kebutuhan nyata yang harus segera dipenuhinya, dan menumbuhkan kesadaran intra memecahkan permasalahan yang dihadapinya.

Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program, dilakukan melalui pendampingan selama proses pelatihan dan setelah pelatihan

berlangsung. Evaluasi program dilakukan dengan melihat indikator-indikator capaian sesuai target luaran atau tujuan pembelajaran yang diharapkan. Keberlanjutan program ini diharapkan mitra berkomitmen untuk melanjutkan pemasaran digital dan menumbuhkan minat pemuda penerus usaha kerajinan kulit mengenai kewirausahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pelaksana Pengabdian STTKD melakukan audiensi dan sosialisasi kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Pemula pada Senin, 3 Juni 2024 bertempat di rumah produksi Yanto Kulit yang terletak di Sentra Industri Kulit Manding, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk:

1. Informasi Rencana Kegiatan/Program
Tim Pelaksana Pengabdian menyampaikan rencana kegiatan program Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) kepada pemilik usaha. Selain itu juga menguraikan tujuan dan manfaat dari kegiatan tersebut, yaitu meningkatkan daya saing produk melalui efisiensi produksi dan pemasaran berbasis digital serta menjelaskan metode dan strategi yang akan digunakan dalam pelaksanaan program, serta peran pemilik usaha dan karyawan dalam proses ini.

2. Penyusunan Jadwal Pertemuan

Tim pelaksana Pengabdian dan mitra Yanto Kulit menyusun jadwal pertemuan dengan karyawan untuk mensosialisasi program secara lebih rinci. Tim pelaksana pengabdian dan mitra Yanto Kulit juga mengatur waktu dan tempat yang sesuai untuk musyawarah dengan karyawan, serta memastikan kehadiran semua pihak terkait.

3. Diskusi dan Persetujuan

Pada kegiatan sosialisasi ini tim pelaksana dan mitra berdiskusi mengenai waktu, format, dan detail pelaksanaan kegiatan, serta mengatasi pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin muncul dari pemilik usaha. Tim pelaksana pengabdian juga meminta persetujuan dan dukungan dari pemilik usaha untuk melanjutkan ke tahap berikutnya.

Dengan adanya audiensi ini, diharapkan dapat tercipta kerjasama yang efektif antara tim pelaksana dan pemilik usaha Yanto Kulit, serta memastikan bahwa kegiatan pemberdayaan masyarakat ini berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Gambar 4 adalah kegiatan Sosialisasi yang dilakukan Tim Pelaksana Pengabdian dengan Yanto Kulit.



Gambar 4. Sosialisasi Pemberdayaan Masyarakat Pemula

Pada tahap pelaksanaan, tim pelaksana pengabdian melakukan pelatihan kepada mitra Yanto Kulit. Namun sebelum kegiatan pelatihan. Tim pelaksana pengabdian membuat akun media sosial yang nanti akan digunakan untuk workshop/pelatihan pemasaran digital. Media sosial yang dibuat akun antara lain Facebook, Instagram dan Whatsapp Business. Penggunaan media sosial dan *e-commerce* terbukti membantu meningkatkan branding UMKM di kalangan generasi muda (Chairina et al., 2022). Lucyantoro mendefinisikan pemasaran digital sebagai promosi suatu merek melalui media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, personal, dan relevan (Lucyantoro & Rachmansyah, 2017). *Digital marketing* atau pemasaran digital berfungsi untuk membina hubungan pribadi dengan konsumen dengan cara mendengarkan keluhan atau saran, informasi ini akan bermanfaat bagi pertumbuhan perusahaan, khususnya

reputasi merek. Selanjutnya, Tim pelaksana pengabdian kemudian membuat merek baru untuk produk Yanto Kulit agar *positioning product* menjadi lebih bersaing. Tim Pelaksana Pengabdian membuat merek dengan nama Yanto Hastkala.

Setelah pembuatan merek baru. Kemudian Tim Pelaksana Pengabdian melakukan pembuatan konten pemasaran digital baik berupa foto maupun video. Foto dan video tersebut juga disusun menjadi katalog produk Yanto Hastkala seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. Produk Yanto Hastkala

Setelah semua konten disiapkan, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan dan pendampingan meliputi:

1. Bidang SDM

Pada bidang ini, Tim Pelaksana STTKD memberikan pengetahuan tentang pengelolaan bisnis dan keuangan

melalui pembukuan dan *digital marketing* menggunakan *social media*, *blog* dan *online shop* sebagai sarana untuk *digital marketing*. Gambar 6 menunjukkan kegiatan pelatihan di rumah produksi Yanto Hastkala. Dengan pemberian bekal pengetahuan dan keterampilan tentang pengelolaan bisnis dan keuangan serta *digital marketing*, diharapkan produk Yanto Hastkala mendapatkan posisi di hati masyarakat dan memperluas pasar. Himawan et al. (2015) mengatakan bahwa pemasaran secara online dapat memperluas dan menjangkau konsumen lebih banyak. Kemudian, Tim Pelaksana STTKD juga mengarahkan pengrajin untuk membuat pembukuan. Laporan keuangan dapat memberikan dampak positif dalam perkembangan UMKM. Melalui Laporan Keuangan, para pemilik UMKM dapat memperoleh data dan informasi yang sistematis atas usahanya sehingga membantu dalam hal pengambilan keputusan. Dalam laporan keuangan, masalah – masalah yang terjadi dalam suatu usaha dapat diidentifikasi dengan jelas sehingga sangat membantu untuk melakukan pengendalian terhadap masalah yang timbul (Dewi et al., 2023).



Gambar 6. Kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan dan *digital marketing*

Berdasarkan pelatihan pembukuan, Tim Pengabdian STTKD melakukan pendampingan hasil pembukuan Yanto Hastkala dari bulan Juli sampai dengan Oktober 2024. Dari hasil pelatihan, mitra dapat membuat Laporan Laba Rugi seperti pada Tabel 1. Sementara Tabel 2 menunjukkan hasil pembukuan dari bulan Juli sampai dengan Oktober 2024.

Tabel 1. Laporan Laba Rugi Yanto Hastkala Bulan Juli 2024

Pendapatan:	
Penjualan	Rp6.670.000
Pendapatan lain (servis)	Rp1.850.000
Total Pendapatan	Rp8.520.000
Beban:	
Biaya bahan baku (Harga pokok penjualan)	Rp3.318.400
Biaya tenaga kerja	Rp1.278.000
Total Beban	Rp4.596.400
Laba Kotor	Rp3.923.600

Tabel 2. Rekapitulasi Pembukuan Bulan Juli s.d Oktober 2024

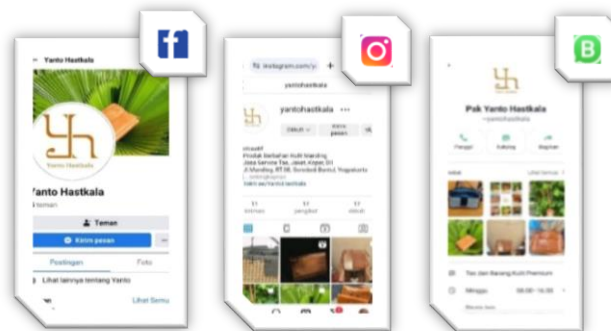
Bulan	Pendapatan (Rp)	Beban (Rp)	Laba Kotor (Rp)
Juli	8.520.000	4.596.400	3.923.600
Agustus	1.670.000	769.500	900.500
September	1.250.000	1.415.075	-165.075
Oktober	3.945.000	311.575	3.633.425
Rata-rata Laba Kotor/bulan	Rp 2.654.100 s.d Rp 2.819.175		

Berdasarkan hasil rekapitulasi laporan laba rugi pada Bulan Juli sampai dengan Oktober 2024 yang tersaji pada Tabel 2 menunjukkan masih belum stabilnya laba atau keuntungan yang diperoleh Usaha Yanto Hastkala. Hal ini dikarenakan Yanto Hastkala masih bergantung pada pesanan yang berasal dari subkontrak pabrik/perusahaan pengrajin kulit lainnya. Rata-rata keuntungan yang diperoleh Yanto Hastkala berkisar Rp 2.654.100,00 s.d Rp 2.819.175,00. Diharapkan dengan pemasaran digital yang dikembangkan oleh Tim pengabdian STTKD dapat memperluas pasar produk Yanto Hastkala.

2. Bidang Pemasaran

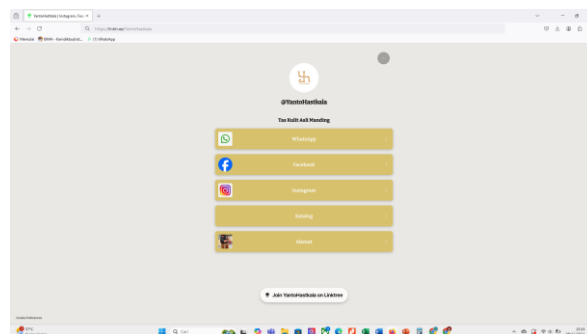
Pada bidang ini, pelatihan diberikan dengan metode praktik/workshop (*experiential learning*), yaitu melalui workshop pembuatan akun media sosial Instagram, Facebook, Whatsapp Business, pembuatan katalog produk dan konten pemasaran. Setelah akun disiapkan oleh Tim Pengabdian STTKD,

mitra diminta untuk mempraktikkan penggunaan Instagram, Facebook, dan Whatsapp Business. Adapun tampilan media sosial dan hasil experiential learning dari mitra tersaji pada Gambar 7.



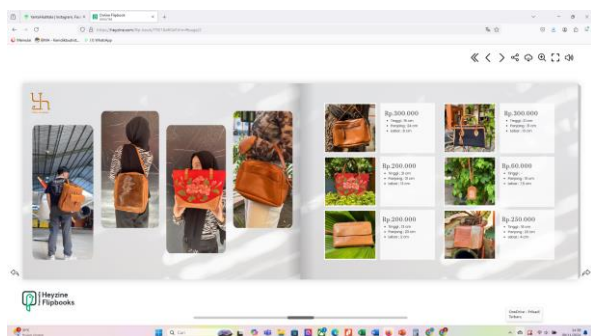
Gambar 7. Tampilan social media Yanto Hastkala

Selain penggunaan media sosial Instagram, Facebook, dan Whatsapp Business. Tim Pengabdian STTKD memberikan pendampingan penggunaan linktree kepada mitra. Linktree adalah sebuah media yang memungkinkan mitra untuk mengumpulkan beberapa tautan dalam satu halaman yang mudah diakses. Adapun linktree Yanto Hastkala dapat diakses melalui link <https://linktr.ee/YantoHastkala> dan tampilannya tersaji pada Gambar 8.



Gambar 8. Tampilan Linktree Yanto Hastkala

Linktree Yanto Hastkala berisi informasi tautan Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Alamat (Google Maps). Selain itu, linktree Yanto Hastkala juga terdapat Katalog Online yang merupakan luaran pengabdian PMP. Gambar 9 menyajikan tampilan Katalog Online Yanto Hastkala. Bagi UMKM, linktree dapat mempermudah calon pelanggan untuk menemukan informasi penting saluran bisnis melalui satu landing page saja, tautan dari linktree tersebut dapat mencantumkan misalnya homepage bisnis UMKM, link Facebook, Whatsapp, kontak Whatsapp, Alamat, dan lainnya (Hariani et al., 2022)(Ginting et al., 2023).



Gambar 9. Tampilan Katalog Online Yanto Hastkala

Setelah kegiatan pelatihan, Tim Pengabdian STTKD juga membuat papan nama baru sebagai *rebranding* produk Yanto Hastkala. Sebelum PMP, mitra telah mempunyai papan nama dengan nama Yanto Kulit. Namun, tampilan papan nama masih sederhana dan belum menginformasikan

keseluruhan mengenai produk dan identitas mitra. Diharapkan dengan papan nama yang baru dapat memudahkan pelanggan untuk menemukan rumah produksi Yanto Hastkala. Gambar 10 menunjukkan serah terima papan nama dan telah dipasang di rumah produksi mitra.



Gambar 10. Serah terima papan nama dan pemasangan

3. Bidang Produksi

Pada bidang ini, pendampingan dilakukan untuk meningkatkan peralatan mitra dalam rangka memperbaiki kualitas produk kerajinan kulit yang dihasilkan oleh mitra. Peralatan yang diberikan berupa mesin seset kulit. Pendampingan berupa pemberian mesin tersebut didasarkan pada kondisi mitra belum mempunyai mesin seset kulit yang sangat dibutuhkan untuk memproduksi tas, dimana selama ini mitra menyewa atau membayar jasa tambahan seset kulit di pengrajin yang lain, sehingga akan menambah biaya produksi. Jika tidak ingin menambah biaya produksi, bisa dilakukan dengan seset manual namun

kualitas tas kurang baik. Oleh karena itu, dengan pemberian mesin seset kulit dapat meningkatkan kualitas produk Yanto Hastkala. Selain itu juga dapat mempercepat produksi tas apabila menerima pesanan dalam jumlah yang banyak. Gambar 11 merupakan alat mesin seset kulit yang telah diberikan kepada mitra pengrajin Yanto Hastkala.



Gambar 11. Pemberian mesin seset kulit untuk mengembangkan produksi mitra

Dalam melaksanakan program PMP, Tim Pelaksana mengalami beberapa kendala. Proses pendekatan dengan mitra Pengrajin Yanto Kulit Manding telah dilakukan sejak sebelum penyusunan rencana kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pengrajin Yanto Kulit mempunyai tiga karyawan, dimana salah satunya adalah putra dari Bapak Muryanto (Pengrajin Yanto Kulit). Bapak Muryanto sendiri sangat terbuka terhadap program PMP dan dapat diajak berpartisipasi. Berdasarkan identifikasi kebutuhan mitra, Bapak Muryanto mampu memahami

permasalahan yang dialami, mitra mampu menggali kebutuhan yang diperlukan usahanya, mitra mempunyai motivasi dan bersedia meningkatkan pengetahuan produksi, pemasaran digital dan manajemen usaha. Namun terdapat kendala, yaitu dalam hal orientasi jangka panjang dan keberlanjutan usaha karena belum ada penerus usaha. Putra dari Bapak Muryanto masih belum mempunyai motivasi untuk melanjutkan usaha Bapak Muryanto sehingga perlu pendekatan yang lebih baik lagi pada program pengabdian selanjutnya.

Program PMP diharapkan dapat membantu usaha mitra dalam memperluas pasar melalui pemasaran digital. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian, usaha Yanto Kulit yang saat ini melakukan *rebranding* dengan nama Yanto Hastkala diharapkan dapat mempunyai *positioning* di pelanggan dan masyarakat. Adanya katalog online dan media sosial yang terpadu pada situs <https://linktr.ee/YantoHastkala> diharapkan dapat menjadi media promosi dengan jangkauan yang luas dan efisien, serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal. Melalui media sosial, pelanggan juga dapat memberikan testimoni sehingga dapat membangun hubungan dengan pelanggan.

PENUTUP

Simpulan

Program pemberdayaan melalui pelatihan untuk meningkatkan keterampilan Pengrajin Kulit Manding dapat meningkatkan keterampilan Pengrajin Yanto Kulit dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran berbasis digital. Media sosial yang digunakan meliputi Facebook, Instagram, Whatsapp Business, dan Linktree. Selain pelatihan pemasaran digital. Tim Pelaksana Pengabdian STTKD juga memberikan pelatihan pengelolaan bisnis atau manajemen usaha melalui pembukuan. Dengan melakukan pencatatan hasil usaha dengan baik, Yanto Kulit dapat mengetahui berapa harga pokok penjualan dan keuntungan yang diperoleh.

Melalui Pemberdayaan Masyarakat Pemula ini, Tim Pelaksana Pengabdian STTKD menyediakan mesin seset kulit. Dengan penyediaan mesin seset kulit dapat meningkatkan efisiensi produksi tas kulit Yanto Kulit karena tidak perlu mengeluarkan biaya jasa seset kulit. Selain itu, kualitas tas menjadi lebih baik sehingga dapat meningkatkan daya saing produk Yanto Kulit.

Program pemberdayaan ini juga membantu Pengrajin Yanto Kulit untuk

membranding dengan nama merek baru yaitu Yanto Hastkala. Merek Yanto Hastkala telah didaftarkan pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan HAM. Selain itu, Tim Pelaksana Pengabdian STTKD juga membantu dalam pembuatan konten pemasaran digital antara lain katalog produk dan konten pemasaran berupa foto dan video produk sehingga produk Kerajinan Yanto Kulit menjadi lebih menarik dan berdaya saing tinggi.

Saran

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat, maka untuk program selanjutnya dapat berkolaborasi dengan pihak pemerintah daerah setempat agar lingkup masyarakat menjadi lebih luas tidak hanya satu usaha kecil atau pengrajin saja. Harapannya agar Sentra Industri Kulit Manding dapat bangkit kembali sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Pedukuhan Manding, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan bantuan program pengabdian kepada

masyarakat melalui bantuan BOPTN Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Dosen Vokasi tahun anggaran 2024. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan untuk dukungan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kepada mitra pengabdian Bapak Muryanto, kami juga mengucapkan terima kasih atas partisipasi dan keterlibatan aktif dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, I. (2009). *Peran Experiential Learning dalam Meningkatkan Motivasi Pembelajaran BIPA*.
- Cahyono, D. (2023). *Statistik Daerah Kabupaten Bantul 2023*. 1–28. <https://bantulkab.bps.go.id/id/publication/2023/12/27/e2fbf745c8ca34c37307c537/statistik-daerah-kabupaten-bantul-2023.html>
- Chairina, P., Kusumastuti, R., & Rusfian, E. Z. (2022). Peningkatan Kemampuan dalam Mengembangkan Model Bisnis dan Optimalisasi Media Sosial Melalui Pelatihan Model Bisnis dan Promosi Bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 963–977. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.6917>
- Dewi, I. G. A. R. P., Putri, P. Y. A., & Nugraha, P. G. W. S. (2023). PKM Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Pemasaran Online Usaha Kerajinan Kulit di Bali. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(10), 1981–1998. <https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6655>
- Ginting, A. L., Sulistyowati, L., Hafa, F., & Widyawati, R. F. (2023). Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM Paguyuban Kampung Bejo Dengan Aplikasi Linktree dan Media Sos. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 8(2), 193–200.
- Hariani, E., Widyawati, R. F., & Dewanti, A. A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM di Kota Pasuruan dengan Aplikasi LINKTREE. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 2(3), 101–108.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan:(Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5, 38–57. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/view/63>
- Muflikhah, L., Widodo, A. W., Rahman, Muh. A., & Yudistira, N. (2024). Peningkatan pemasaran produk UMKM melalui pemanfaatan marketplace tokopedia dan facebook. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(3), 554–564. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i3.21920>
- Norsita, D. I. (2012). *Strategi Bersaing Industri Kulit Di Sentra Industri Kulit Manding Kabupaten Bantul* [Tesis]. Institut Pertanian Bogor.
- Sari, S. D. (2015). Pengaruh Karakteristik Individu Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Sentra Industri Kerajinan Kulit di Manding Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Universitas PGRI Universitas*, 1–6.

- Suryaman, S. O., & Mathori, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Edward di Manding Bantul. *Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha.*
- Vidiastuti, Y., & Widiastuti, A. (2017). Keberhasilan Usaha di Paguyuban Pengrajin Kulit Setyo Rukun Manding Bantul. *Social Studies, 6*, 549–561.

