

## Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Melalui Pelatihan Decoupage dan Literasi Digital

Ati Zaidiah<sup>1</sup>, Henki Bayu Seta<sup>2</sup>, Theresiawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

email: <sup>1</sup>[atizaidiah@upnvj.ac.id](mailto:atizaidiah@upnvj.ac.id), <sup>2</sup>[henkiseta@upnvj.ac.id](mailto:henkiseta@upnvj.ac.id), <sup>3</sup>[theresiawati@upnvj.ac.id](mailto:theresiawati@upnvj.ac.id)

Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, Indonesia

### Abstrak

Kabupaten Indramayu merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat. Salah satu upaya Kabupaten Indramayu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan wanita dibentuklah Kelompok Wanita Tani (KWT). Tujuan terbentuknya KWT ini adalah untuk mengefisiensikan lahan semaksimal mungkin sehingga dengan lahan yang lebih kecil dapat menghasilkan kualitas dan kuantitas hasil pertanian yang sama dengan lahan yang luas. Kelompok Wanita Tani Indramayu memiliki KWT Pertanian dan olahan pertanian, peternakan, dan perikanan. Dimana permasalahan yang terjadi pada KWT ini adalah sulitnya melakukan promosi penjualan hasil pertanian dan olahannya. Promosi penjualan hasil pertanian dan olahan pertanian saat ini dilakukan secara langsung dengan berinteraksi dengan konsumen dan penjualan hanya di sekitar kawasan Kabupaten Indramayu. Jumlah pesaing yang semakin meningkat dengan banyaknya inovasi dan penawaran promo yang menarik akan menyebabkan pihak KWT sulit menjaga performansi dan kinerja dengan tingkat profitabilitasnya. Tujuan dari program ini adalah meningkatkan keterampilan dan kemampuan Kelompok Wanita Tani Kecamatan Indramayu melalui pelatihan menghias tas dengan *decoupage* dan sosialisasi penggunaan *marketplace* untuk promosi dan penjualan. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode *learning by doing* sehingga peserta dapat langsung mempraktekan apa yang dipelajari. Melalui pelatihan ini dapat menambah keterampilan KWT dalam menghias tas menggunakan *decoupage* dan dapat menggunakan *marketplace* dalam memasarkan produk pertanian yang dihasilkan.

**Kata kunci:** KWT, Indramayu, pelatihan, *marketplace*

## 1 PENDAHULUAN

Kabupaten Indramayu merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat. Salah satu upaya Kabupaten Indramayu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan wanita dibentuklah Kelompok Wanita Tani (KWT). Tujuan terbentuknya KWT ini adalah untuk mengefisiensikan lahan semaksimal mungkin sehingga dengan lahan yang lebih kecil dapat menghasilkan kualitas dan kuantitas hasil pertanian yang sama dengan lahan yang luas. Kelompok Wanita Tani Indramayu memiliki KWT Pertanian dan olahan pertanian, peternakan, dan perikanan. Dimana permasalahan yang terjadi pada KWT ini adalah sulitnya melakukan promosi penjualan hasil pertanian dan olahannya. Promosi penjualan hasil pertanian dan olahan pertanian saat ini dilakukan secara langsung dengan berinteraksi dengan konsumen dan penjualan hanya di sekitar kawasan Kabupaten Indramayu.

Salah satu upaya penting yang harus dilakukan oleh Kabupaten Indramayu adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan penghasilan para pengusaha kecil dan menengah yang umumnya berada di pedesaan termasuk usaha yang dilakukan oleh KWT. Namun disisi lain, terkadang banyak kelompok masyarakat tidak diuntungkan akibat permasalahan yang timbul karena rantai distribusi penjualan produk pertanian tersebut yang cukup panjang terutama bagi petani dan konsumen (end user) (Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017)). Oleh karena itu untuk menyelesaikan masalah tersebut maka perlu adanya media promosi yang bisa digunakan untuk melakukan promosi hasil pertanian dan olahan pertanian yang dihasilkan KWT. Menurut Rangkuti (2009) promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan

Media promosi bagi produk-produk yang dihasilkan oleh usaha-usaha kecil masyarakat pedesaan kadang masih terbatas pada promosi mulut ke mulut, atau langsung berkunjung ke daerah-daerah lainnya. Model promosi lainnya yang biasa dilakukan adalah dengan membawa produk yang dihasilkan ke tempat keramaian seperti pasar kalangan atau ke pasar induk. Promosi seperti itu masih sangat konvensional sehingga terkadang banyak menghabiskan waktu dan dana yang seharusnya bisa dilakukan penghematan dengan menggunakan model promosi yang modern. Efektifitas dan efisiensi sangat diperlukan agar produk yang dihasilkan terjual sesuai dengan target yang diharapkan dan dana yang dikeluarkan sekecil mungkin yang salah satunya adalah melalui pemanfaatan media promosi yang sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi.

Para pengusaha kecil dan menengah khususnya KWT yang berada di Desa Rajaiyang Indramayu merasa perlu untuk menambah keterampilan lainnya agar dapat membantu meningkatkan penghasilannya jika memang penghasilan yang dihasilkan melalui pertanian dirasa kurang dan harus berani mengambil langkah untuk mengganti strategi pemasaran mereka dengan menggunakan media promosi yang berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) seperti marketplace maupun media sosial. Menurut Angga Kurnia Putra (2017)], Marketplace merupakan media online berbasis internet (*web-based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Dengan media promosi yang tepat maka berbagai macam kerajinan dan olahan yang dihasilkan akan lebih mudah diketahui oleh masyarakat luas yang tidak terbatas hanya di wilayah Indramayu saja.

Melihat permasalahan tersebut maka perlu dilakukan pelatihan bagi para KWT Desa Rajaiyang untuk meningkatkan kreativitas mereka dalam membuat suatu produk yang dapat menjadi alternatif penghasilan dan perlu adanya literasi digital dalam hal penggunaan media promosi seperti *marketplace* untuk membantu penjualan hasil pertanian dan produk olahan pertanian yang telah dibuat.

## **2 METODOLOGI KEGIATAN**

Pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode *learning by doing*, dimana setiap peserta dapat belajar dengan cara langsung mempraktekkan. Tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan pendataan kelompok wanita tani dengan syarat minimal mampu mengoperasikan *gadget* atau *handphone*. Tahap kedua, melakukan pelatihan pendampingan membuat kreasi kerajinan tangan yaitu menghias tas dengan *decoupage* dan peataihan penggunaan *marketpalce*. Selama

pelaksanaan pelatihan, peserta akan diberikan pendampingan atau konsultasi bagi peserta yang mengalami kesulitan.

Metodologi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu:

- a. Persiapan dan survey awal, kegiatan ini merupakan diskusi awal dengan tim dan peninjauan awal dengan Kepala Desa Indramayu melalui kunjungan langsung ke Desa Indramayu.
- b. Pembuatan proposal kegiatan yang akan dilakukan di Indramayu serta pembuatan surat mitra pengabdian kepada masyarakat
- c. Persiapan Materi, untuk memberikan pelatihan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- d. Pelaksanaan Kegiatan, kegiatan ini meliputi pemberian materi pelatihan keterampilan kerajinan tangan melalui kreasi menghias tas dengan *decoupage* dan literasi digital dalam penggunaan marketplace kepada kelompok wanita tani
- e. Evaluasi Kegiatan, ketercapaian dan keberhasilan dari pendampingan dan pelatihan.

### 3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah Tim dosen pengabdian melakukan koordinasi awal dengan Dinas Pengembangan Masyarakat dan Desa daerah Indramayu dan Kuwu Rajaiyang terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan di Desa Rajaiyang.



**Gambar 1. Koordinasi dengan Dinas Pengembangan Masyarakat dan Desa Daerah Indramayu**

Kegiatan selanjutnya adalah koordinasi dengan Kepala Desa Rajaiyang yaitu ibu Carti. Koordinasi awal yang dilakukan antara lain melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi berupa jumlah masyarakat yang telah mengetahui tentang internet, data masyarakat yang telah memiliki usaha rumahan maupun usaha kecil. Koordinasi lainnya yaitu menjadwalkan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Rajaiyang, mendata potensi Desa Indramayu dan kemampuan serta kompetensi KWT dalam menggunakan teknologi informasi yang ada saat ini.



**Gambar 2. Koordinasi awal dengan Kepala Desa Rajaiyang**

Tahap selanjutnya adalah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat pada tanggal 26-28 Juli 2022 bertempat di Kantor Kelurahan Rajaiyang, Kecamatan Losarang, Kabupaten Indramayu melalui pelatihan yang dilakukan dalam dua kegiatan. Kegiatan pertama yaitu pelatihan kreasi membuat kerajinan menghias tas dengan *decoupage* untuk menambah keterampilan dan kreatifitas bagi KWT dan sesi kedua yaitu sosialisasi penggunaan *marketplace* untuk promosi hasil pertanian dan olahannya . Pelatihan dihadiri oleh 15 orang yang terdiri dari perwakilan KWT dan ibu-ibu PKK.

Menurut Hardiana I. (2016), *decoupage* adalah seni menghias benda menggunakan potongan kertas bermotif, kertas majalah, kertas *decoupage* dan tissue makan dengan bahan dasar tambahan seperti lem, cat, dan varnish. *Decoupage* adalah teknik menghias dengan menggunakan tissue khusus bermotif pada media tertentu ( tas, gelas mug, tempat tissue, toples dll). Pelatihan menghias tas dengan *decoupage* membutuhkan bahan dan alat, diantaranya tas anyaman ( atau media lain), *tissue decoupage*, lem, varnis, air, *sponge*, gelas plastik, gunting dan kuas. Cara pembuatan : pertama, pilih motif yang diinginkan pada *tissue decoupage* untuk dihias pada tas, kemudian gunting motif tersebut sesuai dengan pola gambar pada tissue kemudian lepas lapisan tissue sampai dengan lapisan yang paling tipis, lalu pilih area tempat menempel motif pada tas sesuai dengan kreasi masing-masing dan oleskan lem pada area tempat menempel motif lalu tempel gambar yang sudah digunting di atas lem yang sudah dioles pada tas sambil ditekan pelan-pelan dengan *sponge* (yang sudah dibasahkan dengan air dan diperas). Setelah gambar menempel dengan sempurna lalu kita jemur tas sampai kering kemudian divernis bagian atas gambar lalu dijemur kembali. Setelah kering lalu lakukan vernis keseluruhan bagian tas agar gambar yang ditempel menjadi kuat dan terlihat mengkilap, lalu jemur kembali. Ulangi vernis ke seluruh bagian tas kembali untuk hasil yang lebih sempurna.



**Gambar 3. Kegiatan pelatihan menghias tas dengan *decoupage***

Pelatihan dimulai dengan penyampaian arahan dan cara membuat yang disampaikan oleh salah satu dosen pengabdian kemudian diikuti oleh peserta. Masing-masing peserta didampingi oleh dosen dan mahasiswa dalam membuat hiasan pada tas agar tidak terjadi kesalahan pada saat menggunting pola gambar dan menempel, karena ini merupakan bagian yang sedikit sulit jika tidak dilakukan secara hati-hati maka gambar akan mudah rusak dan robek. Pendampingan terus dilakukan sampai menghias tas selesai.

Kegiatan selanjutnya yaitu sosialisasi penggunaan *marketplace* untuk mempromosikan hasil pertanian atau produk yang dihasilkan. Sebagai contoh diumpamakan peserta akan mempromosikan hasil tas *decoupage* yang sudah dihias oleh mereka. Pelatihan dilakukan dengan memberikan penjelasan penggunaan *marketplace* dalam hal ini yang digunakan adalah *marketplace* tokopedia. Disini peserta diajarkan mulai dari bagaimana mengambil gambar produk sampai dengan membuat toko sendiri di tokopedia.

Sosialisasi penggunaan tokopedia mengacu pada referensi yang ada di web tokopedia yang menjelaskan informasi terkait bagaimana kita menjadi *seller* (penjual) di aplikasi tokopedia. Penjelasan menjadi *seller* ini sudah sangat jelas dan dilengkapi dengan panduan sehingga peserta dapat dengan mudah mendapatkan informasi tersebut.

Langkah pertama yang dilakukan adalah peserta harus memiliki akun sebagai pembeli terlebih dahulu di aplikasi tokopedia, kemudian baru dapat membuka toko online di aplikasi tokopedia. Pembuatan toko online ini tidak dipungut biaya alias gratis dan sangat mudah dilakukan oleh siapapun, oleh karena itu para peserta dapat dengan mudah memahami. Untuk membuat toko

online di tokopedia peserta harus menyiapkan terlebih dahulu nama toko dan alamat toko. Selain itu sebagai penjual peserta juga harus menyiapkan gambar produk yang akan dijual.

Diharapkan dengan adanya sosialisasi teknologi digital melalui *marketplace* tokopedia ini pengetahuan peserta akan bertambah, sehingga bisa dijadikan salah satu alternatif solusi dalam mempromosikan hasil pertanian dan produk lainnya.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi penggunaan *marketplace*

#### 4 KESIMPULAN

Promosi penjualan usaha yang dimiliki oleh masyarakat Desa Rajaiyang khususnya KWT (Kelompok Wanita Tani) saat ini masih terbatas area penjualannya dan hanya mengandalkan media interaksi dengan konsumen (pelanggan) secara langsung. Jumlah pesaing yang semakin meningkat dengan banyaknya inovasi dan penawaran promo yang menarik akan menyebabkan pengusaha baik mikro, kecil dan menengah sulit menjaga performansi dan kinerja. Oleh karena itu perlu bagi KWT menambah keterampilan dan merubah cara promosi penjualan dengan menggunakan teknologi yaitu salah satunya dengan menggunakan *marketplace*.

Metode pengabdian masyarakat yang dilakukan antara lain menggunakan metode *learning by doing*, dimana setiap peserta dapat belajar dengan cara langsung mempraktekkan. Kegiatan yang dilakukan yaitu memberikan pelatihan keterampilan kepada KWT tentang bagaimana menghias tas menggunakan *decoupage* dan sosialisasi penggunaan *marketplace* dalam hal ini aplikasi tokopedia.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diterima dan diapresiasi dengan antusias oleh peserta, hal ini terlihat dari semangat dan keseriusan mereka dalam mengapresiasi kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan.

## **Referensi**

- Angga, K.P et al., 2017. Rancang Bangun Aplikasi Marketplace penyedia jasa les private di kota Pontianak Berbasis Web. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*,2 (5), pp.1-5.
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.  
<http://jurnal.iaii.or.id/index.php/RESTI/article/view/36/20>
- Hardiana I. (2016) 55 Kreasi Decoupage Dalam Berbagai Media.. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- <https://seller.tokopedia.com/edu/cara-buka-toko/>