



## **Sosialisasi Pembuatan Tie Dye Dengan Praktik Penjualan Menggunakan Digital Marketing**

**<sup>1</sup>Muhammad Afif Khamdi, <sup>2</sup>Muhamad Adeian Pashel Sanjaya**

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn.

Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur

Email : <sup>1</sup>21013010250@student.upnjatim.ac.id, <sup>2</sup>21031010273@student.upnjatim.ac.id

### **Abstrak**

*The socialization of tie-dye making with sales practices using digital marketing aims to empower the community, especially MSMEs, to develop creative production skills while introducing effective digital marketing strategies. This activity involves training in tie-dye making techniques, starting from selecting materials, coloring, to the final process which produces products with high selling value. Additionally, participants are given an understanding of the basics of digital marketing, including the use of social media platforms such as Instagram and Facebook to promote and sell their products online. This program not only focuses on production aspects but also emphasizes the importance of appropriate marketing strategies in increasing product visibility and competitiveness in the wider market. This abstract describes collaborative efforts in combining local wisdom with modern technology, creating new opportunities for MSMEs to develop in the digital era, as well as contributing to strengthening the local economy through innovation and creativity.*

**Keywords :** Tie-Dye, Digital Marketing, UMKM

### **Abstrak**

Sosialisasi pembuatan tie-dye dengan praktik penjualan menggunakan digital marketing bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam mengembangkan keterampilan produksi kreatif sekaligus memperkenalkan strategi pemasaran digital yang efektif. Kegiatan ini melibatkan pelatihan teknik pembuatan tie-dye, mulai dari pemilihan bahan, pewarnaan, hingga proses akhir yang menghasilkan produk bernilai jual tinggi. Selain itu, peserta diberikan pemahaman tentang dasar-dasar pemasaran digital, termasuk penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan dan menjual produk mereka secara online. Program ini tidak hanya fokus pada aspek produksi tetapi juga menekankan pentingnya strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Abstrak ini menggambarkan upaya kolaboratif dalam menggabungkan kearifan lokal dengan teknologi modern, menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk berkembang di era digital, serta berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal melalui inovasi dan kreativitas.

**Kata Kunci :** Tie-Dye, Digital Marketing, UMKM

## **PENDAHULUAN**

Dalam era digital yang semakin berkembang, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dalam berbagai aspek bisnis menjadi kunci keberhasilan, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu strategi yang dapat diadopsi oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing adalah dengan mengintegrasikan keterampilan produksi kreatif dengan pemasaran digital (Kotler & Keller, 2022). Tie-dye, sebagai bentuk kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk yang diminati pasar, terutama di segmen fashion dan aksesoris. Namun, tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah bagaimana memasarkan produk mereka secara efektif di tengah persaingan yang semakin ketat. Di sinilah peran digital marketing menjadi sangat penting. Pemasaran digital tidak hanya memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tetapi juga memberikan fleksibilitas dalam mengelola anggaran promosi dan meningkatkan

interaksi dengan konsumen secara langsung (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Menurut studi yang dilakukan oleh Smith dan Zook (2016), pemasaran digital juga dapat membantu UMKM mengidentifikasi target pasar yang lebih spesifik dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan perilaku konsumen online. Penelitian oleh Jones dan Rowley (2011) juga menunjukkan bahwa pemberdayaan melalui pendidikan digital dapat mendorong inovasi lokal dan meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat dalam jangka panjang.

Program sosialisasi ini bertujuan untuk membekali para pelaku UMKM dengan keterampilan pembuatan tie-dye sekaligus memperkenalkan strategi pemasaran digital yang dapat mereka gunakan untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif. Melalui pendekatan yang praktis, program ini diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk, memperluas pasar, dan pada akhirnya, meningkatkan pendapatan mereka. Inisiatif ini juga bertujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini, sehingga mereka dapat lebih adaptif terhadap perubahan dan mampu bersaing di era digital (United Nations, 2020).

### **METODE PENELITIAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada Desa Balongwono Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2024 di Desa Balongwono yang dihadiri oleh beberapa perwakilan dari setiap dusun. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui kegiatan sosialisasi digital marketing serta praktik bersama warga, tahapan dari kegiatan ini meliputi:

1. Tahapan persiapan  
Tahapan ini berisi persiapan yang dilakukan para mahasiswa KKN dengan melakukan survey untuk mengetahui kondisi program digital marketing yang sudah ada. Kemudian mahasiswa mulai merencanakan pelaksanaan kegiatan dan membuat undangan. Setelah itu membagikan undangan kepada para warga.
2. Tahapan pelaksanaan sosialisasi tie dye dan praktik digital marketing  
Tahapan ini berisikan pemaparan materi oleh pemateri serta praktik penanaman hidroponik bersama warga di Desa Balongwono. Pemateri menunjukkan serta mengajarkan bagaimana cara memasarkan produk dengan menggunakan gadget secara langsung serta tahapan - tahapan yang perlu dilakukan. Selain itu pemateri juga melakukan sesi tanya jawab serta melakukan evaluasi bersama terkait dengan tahapan melakukan pemasaran produk.
3. Tahapan pembuatan laporan  
Tahapan ini berisikan pembuatan laporan kegiatan yang telah dilakukan oleh mahasiswa

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program sosialisasi yang dilaksanakan bertujuan untuk memperkenalkan strategi pemasaran digital kepada pelaku UMKM di Desa Balongwono, Mojokerto, dengan fokus pada pembuatan produk tie-dye yang bernilai jual tinggi. Kegiatan dimulai dengan pemaparan materi yang mencakup dasar-dasar pemasaran digital, berbagai platform yang bisa digunakan, serta kelebihan dan tantangan dalam menerapkan strategi ini. Selain itu, mahasiswa KKN juga memberikan demonstrasi praktis mengenai cara membuat akun media sosial bisnis dan bagaimana mengelola konten secara efektif untuk menarik minat konsumen terhadap produk tie-dye yang dihasilkan.

Setelah sesi pemaparan materi, peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan langsung cara membuat konten promosi sederhana menggunakan smartphone. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam menerapkan strategi pemasaran digital, khususnya untuk mempromosikan produk tie-dye mereka. Melalui demonstrasi dan workshop, peserta menjadi mampu membuat dan mengelola akun media sosial bisnis, merancang konten yang menarik, serta memanfaatkan fitur promosi berbayar yang tersedia di platform digital.

Dalam proses pembuatan konten, peserta diajarkan cara mengambil gambar produk tie-dye dengan tampilan yang menarik dan menyusun deskripsi produk yang informatif. Mereka juga diberikan tips mengenai waktu terbaik untuk mengunggah konten dan cara efektif menggunakan hashtag untuk meningkatkan jangkauan promosi. Setiap peserta kemudian diberi tugas untuk membuat dan mengunggah konten promosi produk tie-dye mereka di media sosial dengan bimbingan dari mahasiswa KKN. Selain itu, mereka juga dibekali dengan pengetahuan dasar tentang analisis data untuk mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran digital yang telah dijalankan.

Penerapan strategi pemasaran digital dalam program sosialisasi pembuatan tie-dye di Desa Balongwono menunjukkan hasil yang sangat positif. Peserta berhasil menerapkan teknik-teknik dasar digital marketing secara efektif, terutama melalui platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Penggunaan platform ini terbukti meningkatkan visibilitas produk tie-dye dan memperluas jangkauan konsumen. Program ini tidak hanya memperkenalkan teknologi pemasaran digital baru kepada masyarakat, tetapi juga menunjukkan bahwa strategi ini dapat diterapkan dengan mudah dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan penjualan produk UMKM.

Dalam pelatihan ini, masyarakat memperoleh pengetahuan praktis mengenai pembuatan dan pengelolaan konten di media sosial, serta langsung mempraktekkan penggunaan fitur-fitur promosi berbayar yang tersedia. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen online dan teknik optimasi konten, UMKM di Desa Balongwono berhasil meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperluas pasar mereka. Inisiatif ini menyoroti potensi pemasaran digital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat daya saing UMKM. Pembagian panduan praktis tentang digital marketing serta pelatihan penggunaan fitur analitik memberikan dampak positif terhadap pengelolaan bisnis dan pengambilan keputusan berbasis data. Penggunaan data analitik memungkinkan pemantauan dan evaluasi kinerja kampanye pemasaran, yang membantu dalam mengoptimalkan strategi serta meningkatkan efisiensi penggunaan anggaran promosi. Pendekatan ini mencerminkan prinsip-prinsip bisnis yang adaptif dan berkelanjutan, serta menunjukkan bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha kecil.

Secara sosial, program ini berhasil meningkatkan kesadaran komunitas tentang pentingnya pemasaran digital di era modern. Adopsi strategi digital marketing telah meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis UMKM dan memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal, dengan membantu menciptakan lapangan kerja dan mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran tradisional. Pendekatan ini mendukung prinsip pembangunan berkelanjutan, mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

Program sosialisasi pembuatan tie-dye dengan praktik penjualan menggunakan digital marketing di Desa Balongwono telah berhasil meningkatkan keterampilan dan pemahaman peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Melalui pelatihan yang melibatkan penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, peserta mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar mereka. Penerapan teknik pemasaran digital yang efektif, termasuk pembuatan konten dan penggunaan fitur promosi berbayar, telah terbukti meningkatkan penjualan produk UMKM. Program ini tidak hanya memperkenalkan teknologi pemasaran digital baru tetapi juga memberikan pengetahuan praktis tentang pengelolaan konten dan analisis data, yang penting untuk pengambilan keputusan berbasis data dan optimasi kampanye pemasaran. Inisiatif ini menekankan pentingnya pemasaran digital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat daya saing UMKM, serta berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan pengurangan ketergantungan pada metode pemasaran tradisional. Secara keseluruhan, pendekatan yang diambil dalam program ini berhasil meningkatkan

kesadaran komunitas tentang pentingnya digital marketing dan menunjukkan bagaimana teknologi dapat digunakan untuk mengembangkan usaha kecil secara berkelanjutan.

### SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas program kerja pelatihan digital marketing, perlu dilakukan pelatihan lanjutan serta pengaplikasian ilmu yang telah diberikan untuk memastikan bahwa pelatihan digital marketing ini terealisasi dengan baik. Program ini juga bisa dihubungkan dengan kegiatan pemasaran dan pengembangan usaha agar hasil produksi dapat berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian rumah tangga. Dukungan dari berbagai pihak akan mempercepat pencapaian tujuan SDGs di tingkat desa, terutama dalam aspek pertumbuhan ekonomi desa merata.

### ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan program sosialisasi pembuatan tie-dye dengan praktik penjualan menggunakan digital marketing di Desa Balongwono. Terima kasih kepada mahasiswa KKN yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pelatihan serta demonstrasi praktis mengenai pemasaran digital dan pembuatan konten. Dukungan dan bimbingan dari pihak desa serta partisipasi aktif dari masyarakat UMKM sangat berharga dalam pelaksanaan program ini.

Kami juga menghargai dukungan dari lembaga terkait yang telah memberikan fasilitas dan sumber daya yang diperlukan untuk kegiatan ini. Keberhasilan program ini tidak lepas dari kerja keras dan dedikasi semua pihak yang terlibat, dan kami berharap bahwa hasil dari program ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di Desa Balongwono.

### DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, 7<sup>th</sup> ed. London: Pearson.
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran* By Philip Kotler GaryArmstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- United Nations. (2020). *Security Council Extends Mandate for United Nations Organization Stabilization Mission in Democratic Republic of Congo, Unanimously Adopting Resolution 2612 (2021)*. United Nations Security Council.