

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas Kayu Mindi Berbasis Inovasi Desain di Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto¹

Prodi Pendidikan Seni Rupa

Rahayu Retnaningsih²

Prodi Penelitian dan Evaluasi Pendidikan, Pascasarjana

Kusuma Chandra Kirana³

Prodi Manajemen, Pascasarjana

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta^{1,2,3}

s.rusnoto@ustjogja.ac.id

Diterima: 15 Oktober

Direvisi: 25 Oktober 2020

Disetujui: 30 Oktober 2020



ABSTRAK. Kayu mindi merupakan kayu lokal yang mudah diperoleh dan saat ini sangat diminati karena mudah pengolahannya bagi para pengrajin mengingat sifat kayu yang stabil dan tidak mudah melengkung. Kayu mindi lazim digunakan sebagai bahan baku pembuatan barang kerajinan khusus yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan karena karakteristik teksturnya yang cenderung lurus dan bebas dari mata kayu sehingga cenderung mulus. Ruaya merupakan salah satu industri rumahan yang fokus pembuatannya pada produk tas mode berbasis kayu olahan dengan citra desain khas tas mode. Sebagai produsen Tas Kayu mode, Ruaya fokus mempertahankan kualitas produknya dan keunikan gaya dengan terus berinovasi untuk mengembangkan produk-produknya. Produk yang dipasarkan hingga pasar mancanegara ini sangat beragam, yakni tas kayu mode sebagai produk unggulan, pengeras suara (*speaker*) kayu, dompet kayu dan produk-produk lainnya. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di industri rumahan Ruaya sebagai mitra menggunakan metode pendampingan partisipasi melalui intervensi kegiatan peningkatan mutu SDM dan tata kelola produksi maupun Pemasaran. Metode PKM ini digunakan untuk memberikan strategi penguatan E-Commerce tas mode kayu mindi berbasis inovasi desain yang dituangkan dalam paparan ilmiah sebagai hasil pendampingan UKM pada kegiatan Hibah PKM. Hasil PKM yang diperoleh di antaranya; penguatan merek (*brand*) tas mode kayu mindi sebagai rintisan industri kreatif melalui E-Commerce, Penguatan sistem Marketing *Communication* (MARCOM) berbasis E-Commerce sebagai upaya meningkatkan omzet penjualan dan penguatan strategi bisnis pasar global, Strategi penguatan E-Commerce tas mode kayu mindi berbasis inovasi desain di Pajangan, Bantul.

Kata Kunci: E-Commerce, Tas Mode, Inovasi Desain, Kayu Mindi.

PENDAHULUAN

Sejak dulu Yogyakarta dikenal dengan komunitas masyarakat dengan karakteristik modal sosial dan kultural yang menumbuhkan sektor ekonomi kreatif dan dikenal sebagai kota wisata budaya dan pendidikan dan saat ini Jogja menjadi target destinasi wisata dunia tentu banyak hal yang harus disiapkan, lebih-lebih pada era industri 4.0. Sehingga perlu pembenahan berbagai hal seputar SDM yang memiliki peran strategis dalam memasuki era tersebut. Khususnya di Bantul sebagai gudang produksi kerajinan yang berorientasi ekspor tentu menjadi pilihan bagi para akademisi untuk memperoleh data dan pendampingan masyarakat guna untuk berkontribusi meningkatkan SDM berkualitas yang memiliki kreativitas tinggi sekaligus melakukan edukasi bagi masyarakat untuk melek teknologi. Saat ini industri kreatif cukup memiliki peluang untuk melakukan transfer teknologi baik pengolahan limbah (kayu) sebagai bahan dasar penciptaan produk fungsional berdaya saing global. Ruaya sangat intens mengeksplorasi bahan olahan kayu mindi sebagai bahan baku utama dengan sentuhan desain modern dengan mempertimbangkan tren masa kini. Kusrianto (dalam Desintha, Kusuma Ayu, Octamediana, 2020) menyatakan bahwa desain adalah satu disiplin yang tidak saja mengenai eksplorasi optis, namun berkaitan dengan faktor-faktor lainnya yaitu filosofis, kultural-sosial, dan bisnis dan juga teknis. Desain berkaitan dengan estetika, kreativitas dan cita rasa.

Potensi bisnis industri kreatif di Yogyakarta luar biasa pesat dan sangat terbuka luas bagi pelaku usaha khususnya pelaku usaha industri kerajinan melalui kegiatan usaha yang fokus pada kreasi dan inovasi. (Susanto, 2018). Ruaya merupakan industri rumahan (*home industry*) yang bergerak dibidang kerajinan (*handcraft*) dengan bahan dasar kayu mindi. Industri rumahan ini dirintis oleh Dody Andri pada tahun 2014. Ruaya pertama kali mendapat perhatian publik saat menciptakan pengeras suara (*speaker*) kayu tanpa listrik. Dengan desain dan kualitas maksimal, pengeras suara (*speaker*) buatan Ruaya diminati masyarakat luas. Namun saat itu pemasarannya baru ditingkat lokal. Saat ini produk- produk Ruaya lebih berfokus pada pembuatan tas kayu dan kerajinan unik lainnya seperti jam, tempat penyimpanan kabel gawai (*headphone*) dan produk-produk kerajinan tangan (*handcraft*) lainnya yang juga terbuat dari kayu. Pemasaran tas kayu sendiri bukan hanya di tingkat lokal saja, namun saat ini tas produksi Ruaya diharapkan mampu menembus pasar Internasional.

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas kayu Mindi Berbasis Inovasi Desain di Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Chandra Kirana



Gambar 1. (a) Momentum MoU, (b) Saat Tim Melakukan Survei, (c) Memperoleh Surat Kesiapan Mitra, (d) Lokakarya Strategi Branding Corporation dan E-Commerce

Kreasi dan inovasi desain produk kerajinan tangan beragam fungsi dan jenis yang dihasilkan sesuai dengan keunikan produk yang dihasilkan, jenis bahan pokok atau bahan utama maupun teknik artistik pembuatan kerajinan tangan yang dipilih sesuai karakteristik jenis kerajinan yang dihasilkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Raharjo (2011), bahwa pada intinya jenis seni kerajinan diklasifikasikan berdasarkan segi teknis yaitu seni ukir, seni keramik, seni anyam, seni tenun, seni batik dan lainnya. Seperti jenis kerajinan tangan lainnya di Indonesia, tas kayu mindi Ruaya hingga saat ini sudah berkembang pesat terlihat dari besarnya minat dari konsumen bukan hanya di Indonesia. Dody Andri mengolah kayu mindi menjadi produk berguna, seperti tas, buku, dompet, organizer, dan lainnya. Tas menjadi produk andalannya.

Saat ini, terdapat sembilan jenis tas dari kayu mulai dari tas tangan, hingga ransel. Kayu mindi dipilih menurut Dody karena memiliki tekstur yang bagus dan ringan. Dody menyatakan "Kami tidak ingin tas kayu kami identik dengan berat. Kami cari kayu yang ringan dan teksturnya masih masuk," (Tashandra, 2018). Penelitian berbasis PKM melalui pendampingan mitra 'Ruaya' saat ini fokus memanfaatkan bahan baku limbah kayu mindi yang masuk kategori industri kreatif "*eco friendly*", sehingga sangat dihargai di pasar industri kreatif yang mengedepankan keberlanjutan sumber daya alam dan lingkungan hidup.

Untuk menuju industri kreatif berdaya saing tinggi perlu adanya kerja sama dan sinergi dengan semua pemangku kepentingan, peningkatan mutu SDM, dan kesadaran pentingnya mengeksplorasi gagasan-gagasan kreatif serta giat melakukan langkah inovasi secara berkesinambungan berkaitan dengan hal tersebut, Zahry, Khoo dan Badruzaman (2017) menyatakan bahwa, "*A focus on the cultural dimension of creativity takes into account several key factors. These include art education, cultural employment, regulatory and financial support, cultural participation, technology penetration, and economic contribution*

of creative industries. These factors or indicators can be schematically displayed as the “six pillars of creativity” comprising Human Capital, Openness and Diversity, Social and Cultural Environment, Institutional Environment, Technology, and Creative Output”. Selain pentingnya sinergi hal-hal tersebut dalam menumbuhkan industri kreatif, Suci (2008), menyatakan “Creative economy is about the relationship between creativity and economics. Creativity is not new and neither is economics, but what is new is the nature and extent of the relationship between them and how they can be combined to create value and wealth”.

Menurut Howkins (2001) ada beberapa rekomendasi bagi entrepreneur yang bergerak di industri kreatif yaitu sebagai berikut; *“Invent yourself-own your image and manage it. Be clear about your own assets and talents; they are unique and they are all you have. Break the rules, but never stop learning. Put the priority on ideas, not on data-create and grow your own creative imagination. Entrepreneurs in the creative economy seem to be more worried if they lose their ability to think than if their company loses money. Be nomadic-nomads felt at home in every country. Nomads appreciate both the desert and the oasis; likewise creative needs both solitude and the crowd, thinking alone and working together. Define yourself by your own thinking activities-in the creative economy we each can think and exchange creative solutions with each other. Learn continuously-innovate and remember that “a new idea is often two old ideas meeting for the first time”.*

Label industri kreatif makin meneguhkan Ruaya, sampai saat ini telah memiliki sembilan produk fesyen tas unggulan yang terbagi menjadi tiga jenis tas yaitu *backpack, sling bag* dan *handbag*. Nilai artistik yang dimiliki tas Ruaya terdapat pada warna alami dari kayu yang dipadukan dengan warna aksesoris maupun warna kulit dan bentuk tas yang cukup elegan. Pembuatan tas berbahan dasar kayu mindi memiliki proses yang cukup rumit, setiap proses membutuhkan ketelitian agar tercipta tas kayu yang memiliki nilai jual yang tinggi.

Permasalahan yang dihadapi Mitra beberapa tahun belakangan ini dapat diidentifikasi sebagai berikut: (1) Karena proses produksi lebih didominasi oleh produk jadi, maka alat yang digunakan pada industri kecil ini adalah mesin gerinda, bor, pasah, ampelas, kompresor, dan mesin asah. Selain peralatan tersebut, sebenarnya ada satu

peralatan utama yang digunakan dalam proses penyelesaian (*finishing*) produk membutuhkan mesin pengering (oven kayu) namun UKM Ruaya belum memiliki dan masih menyewa di tempat lain. (2) Lokakarya yang tidak terintegrasi dengan ruang pameran sehingga mobilitas proses produksi dan pengawasan menjadi tidak efektif. (3) Kurangnya jumlah Tim Kreatif yang andal dan terlatih. Sehingga perlu menyiapkan tenaga kreatif yang terlatih dan memiliki keterampilan tinggi. (4) Jumlah produksi yang terbatas. Hal ini terhambat pada jumlah tenaga kerja tetap dan paruh waktu yang masih relatif kurang ketika dikejar tenggat waktu (*deadline*). (5) Sistem manajemen keuangan, pemasaran, dan sistem pelaporan pajak yang perlu ditingkatkan melalui penguatan *E-Commerce* dan layanan sistem daring yang terpadu. (6) Kurangnya kesadaran perlindungan hak intelektual pada Mitra sehingga sangat rawan jika desain produknya diduplikasi dan diproduksi secara bebas oleh UKM lainnya. (7) Perlu peningkatan tata kelola studio, lokakarya, dan tata kelola produksi. Perlu memperoleh pengetahuan regulasi ekspor. (8) Lemahnya sistem kontrol pemasaran yang tidak terintegrasi dengan akun perusahaan sebagai pemantau dan pengendali. Perlu dikuatkan *E-Commerce* melalui penyediaan tautan PIXEL dari WEB ke IG bisnis dengan interkoneksi yang kekinian (*up to date*) sehingga tim pemasaran bisa memperoleh laporan dari penjualan di halaman web. (9) Halaman web tidak terawat dengan baik sehingga perlu revitalisasi tampilan web untuk meningkatkan kualitas dengan desain baru yang memiliki aksesibilitas yang tinggi tautan dan kecocokan (*link & match*) sinergi antara dunia usaha dan strategi *branding corporation*. (10) Belum dikembangkannya sistem pemasaran berjangkauan luas sehingga diperlukannya BIMTEK aplikasi sistem pemasaran melalui *marketplace* (tokopedia, *shopee*, *etsy*); (11) Lemahnya sistem tata kelola pemasaran dan keuangan sehingga perlu dilakukan pembenahan tata kelola pemasaran berbasis IT, pengelolaan keuangan, dan sistem pelaporan pajak; (12) Masih lemahnya perlindungan hukum yang melekat pada produk unggulan berupa *HKI*

Permasalahan

Berdasarkan sejumlah temuan identifikasi masalah di atas, maka ada dua permasalahan pokok yang diprioritaskan di antaranya: (1) perlu ditingkatkan eksplorasi *inovasi desain kekinian* yang diminati dengan daya saing pasar yang kuat, (2) perlu

dikuatkannya *link & match* dan menyinergikan antara dunia usaha dan strategi *branding corporation*.

Solusi Permasalahan

Permasalahan khas yang diprioritaskan dengan kesepakatan Mitra saat ini di antaranya:

1. Perlu ditingkatkan eksplorasi inovasi desain kekinian yang diminati dengan daya saing pasar yang kuat. Program pendampingan dilakukan melalui lokakarya penguatan desain inovatif berupa eksplorasi desain, eksplorasi bentuk, eksplorasi media, eksplorasi teknik, dan eksplorasi estetik dari produk tas mode berbahan limbah kayu mindi. Sehingga produk yang dihasilkan memiliki kekuatan estetis pada tampilan produk yang dipasarkan ke pasar global. Melakukan studi kelayakan desain produk dan kelayakan produksi dan jejaring pemasaran. Berbagai terobosan inovasi desain inilah yang memberikan besarnya peluang daya saing pasar global.
2. Perlu dikuatkannya *link & match* dan menyinergikan antara dunia usaha dan strategi *branding corporation*. Halaman web yang saat ini tidak terawat dengan baik dapat dilakukan melalui pendekatan aplikatif yakni dengan melakukan revitalisasi halaman web untuk meningkatkan kualitas dengan berbagai desain baru yang memiliki aksesibilitas yang tinggi *link & match* sinergis antara dunia usaha dan strategi *branding corporation*. Perlu dikuatkan E-Commerce melalui penyediaan link PIXEL dari WEB ke IG bisnis dengan interkoneksi yang *Up To Date* sehingga tim *pemasaran* bias memperoleh laporan dari penjualan di halaman web; Kegiatan menyolusi lainnya yang terkait dengan peningkatan kinerja sistem pemasaran media sosial sehingga diperlukannya BIMTEK optimalisasi iklan media sosial Instagram dan Facebook berdasarkan pemetaan demografi agar lebih efektif dan efisien. Memperpanjang sewa domain halaman web, pemutakhiran konten web dan penyegaran desain web sehingga memiliki aksesibilitas yang tinggi *link & match* strategi *branding corporation*. Perlu revitalisasi halaman web untuk meningkatkan kualitas dengan berbagai templat desain baru yang lebih menarik

Tabel 1. Solusi Permasalahan yang disepakati Mitra

Sistem Pemasaran Berbasis E-Commerce				
No.	Permasalahan Mitra yang	Solusi yang disepakati bersama Mitra	Luaran Program	Target

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas kayu Mindi Berbasis Inovasi Desain di Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Chandra Kirana

	ditemukan			
1	Perlu ditingkatkan eksplorasi <i>inovasi desain kekinian</i> yang diminati dengan daya saing pasar yang kuat	<p>Program pendampingan dilakukan melalui lokakarya penguatan desain inovatif berupa eksplorasi desain, eksplorasi bentuk, eksplorasi media, eksplorasi teknik, dan eksplorasi estetis dari produk <i>Up-Cycle</i> Tas Mode berbahan Limbah Kayu Mindi. Sehingga produk yang dihasilkan memiliki kekuatan estetis pada tampilan produk yang dipasarkan ke pasar global.</p> <p>Melakukan studi kelayakan desain produk dan kelayakan produksi dan jejaring pemasaran.</p> <p>Berbagai terobosan inovasi desain inilah yang memberikan besarnya peluang daya saing pasar global.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Purwa Rupa, - Desain Inovatif, - Prototipe, - Produk Inovatif unggulan Ekspor - Kelayakan Produksi dan Pemasaran 	100%
2	Perlu dikuatkannya <i>link & match</i> dan menyinergikan antara dunia usaha dan strategi <i>branding corporation</i>	<p>Halaman web yang saat ini tidak terawat dengan baik dapat dilakukan melalui pendekatan aplikatif yakni dengan melakukan revitalisasi halaman web untuk meningkatkan kualitas dengan berbagai desain baru yang memiliki aksesibilitas yang tinggi <i>link & match</i> sinergi antara dunia usaha dan strategi <i>branding corporation</i>.</p> <p>Perlu dikuatkan <i>E-Commerce</i> melalui penyediaan link PIXEL dari WEB ke IG bisnis dengan interkoneksi yang <i>Up To Date</i> sehingga tim <i>pemasaran</i> bias memperoleh <i>laporan</i> dari penjualan di halaman web;</p> <p>Kegiatan menyolusi lainnya yang terkait dengan peningkatan kinerja sistem pemasaran media sosial sehingga diperlukannya BIMTEK optimalisasi iklan media sosial Instagram dan Facebook berdasarkan pemetaan demografi agar lebih efektif dan efisien.</p> <p>Memperpanjang sewa domain Halaman web, pemutakhiran konten halaman web dan penyegaran desain laman web sehingga memiliki aksesibilitas yang tinggi <i>link & match</i> strategi <i>branding corporation</i>.</p> <p>Perlu revitalisasi halaman web untuk meningkatkan kualitas dengan berbagai templat desain baru yang lebih menarik</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Aplikasi Desain laman web yang lebih segar -Peremajaan konten produk -Aplikasi program jaringan <i>E-Commerce & Pemutakhiran</i> jaringan Web -Aplikasi sistem iklan <i>Instagram</i> dan <i>Facebook</i>, Tutorial Modul 	100%

Tabel 2. Capaian Luaran

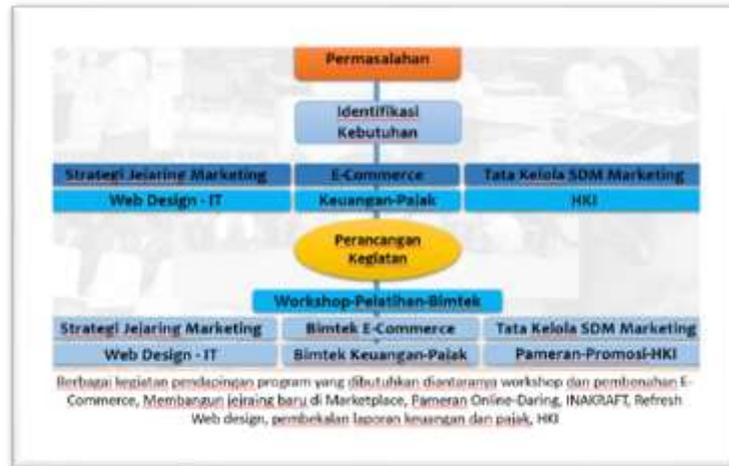
No	Jenis Luaran		Capaian
			Luaran
1	Publikasi Ilmiah	Internasional	Accepted/published (1)
		Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat	Accepted/published (1)
2	Hak Kekayaan Intelektual	Paten	-
		Paten Sederhana	-
		Hak Cipta	Granted (2)
		Merek Dagang	Granted (1)
		Rahasia Dagang	-
		Desain Produk Industri	Draf (2)
		Indikasi Geografis	-
		Perlindungan Varietas Tanaman	-
	Perlindungan Topografi sirkuit terpadu	-	
3	Teknologi Tepat Guna		-
5	Tingkat kesiapan teknologi (TKT)		6
4	Model		Produk (2)
	Purwarupa/Prototipe Lab		Produk (2)
	Purwarupa/Prototipe Laik Industri		Produk (2)
	Desain		Produk (2)
	Karya Seni		Produk (2)
	Rekayasa Sosial		Belum
5	Publikasi Media Massa		Published (1)
6	Video Profil (Program PPM-UKM)		Tersedia (1)

METODE PELAKSANAAN

1. Pihak-Pihak yang Terlibat pada Program Kemitraan Bagi Masyarakat

- 1) Pihak UKM Ruaya (*Founder*, Tim Pemasaran-IT, Tim Produksi dan Lokakarya)
- 2) Tim Pendamping Program (4 Tim Dosen dan melibatkan 4 Mahasiswa pendamping dalam pelaksanaan program selama kegiatan berlangsung)
- 3) Tim Ahli IT dan *E-Commerce* dari Universitas AMIKOM Yogyakarta yang akan intens mendampingi Tim IT dan pemasaran Mitra.
- 4) Tim Ahli Desain laman web dari Universitas AMIKOM dan Desain laman web Mba Eva Roziq dari Sixnergy untuk membenah ulang Desain Halaman web dan sistem *E-Commerce* Mitra.
- 5) Tim Ahli Tata Kelola SDM, Tata Kelola Keuangan dan Pelaporan Pajak dari Universitas Janabadra (UJB) Yogyakarta.

- 6) Tim Penyuluh HKI dari Dirjen HKI Kementerian Hukum dan HAM RI di DIY Bapak Rudy Susatyo, SH, M.H bekerja sama dengan tim dari Seni Rupa dan PKK FKIP UST Yogyakarta akan melakukan pendampingan produk berpotensi HKI dan Regulasi sampai proses meregistrasikan HKI baik Hak Cipta maupun Merek Dagang.



Gambar 2. Bagan Alur Pendistribusian Metode Pelaksanaan

2. Metode dan Tahapan dalam Penerapan Teknologi Kepada UKM/UKMK

Mitra yang bergerak di bidang ekonomi kreatif dan mengarah ke ekonomi produktif, maka metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan pada minimal 2 (dua) bidang permasalahan yang berbeda yang ditangani pada mitra, seperti:

1) Permasalahan dalam Bidang Manajemen dan Metode Pelaksanaan Menyolusi

Sistem tata kelola telah dilakukan dan berjalan selama ini namun masih di sana-sini masih belum mencukupi sehingga perlu dilakukan solusi untuk menyelesaikan persoalan tersebut melalui pelatihan tata kelola keuangan, tata kelola produksi, dan tata kelola pelaporan keuangan dan pajak. Pendampingan pelatihan sistem manajemen keuangan, pemasaran, dan sistem pelaporan pajak yang perlu ditingkatkan melalui penguatan *E-Commerce* dan layanan sistem daring yang terpadu.

2) Permasalahan dalam Bidang Pemasaran, dan Metode Pelaksanaan Menyolusi

Solusi melakukan pelatihan penguatan sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* serta aktif dalam mengikuti pameran lokal, nasional, regional, maupun internasional. Meningkatkan keterampilan SDM pada sektor produksi dan melakukan penguatan sistem tata kelola pemasaran berbasis *E-Commerce* melalui berbagai program

pelatihan pemasaran *E-Commerce* melalui program pendampingan penguatan sistem *E-Commerce* diberikan oleh *ahli IT* dan manajemen pemasaran.

3) Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program.

Pada Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini Partisipasi Mitra dalam pelaksanaan program di antaranya sebagai berikut;

- a. Memfasilitasi ruang komunikasi, ruang diskusi, dan berbagai fasilitas studio, lokakarya bersama dan peralatan serta penggunaan teknologi.
- b. Memberikan akses informasi yang terkait dengan kondisi perusahaan, SDM, laporan keuangan yang terbuka, dan semua data terkait dengan proses desain, proses produksi, dan proses pemasaran diberikan secara terbuka pada tim pendamping sehingga tim dapat dengan leluasa mengetahui kekuatan, kelemahan, tantangan, dan peluang yang dapat bersama-sama dicarikan solusi yang tepat dan efektif.
- c. Memudahkan tim pendamping baik tim pengabdian dosen maupun tim pendamping lapangan (4 orang mahasiswa) yang diberikan akses secara leluasa dalam membantu pembenahan maupun teknis tertentu.
- d. Menyiapkan Tim Kreatif maupun SDM pemasaran untuk mendukung berbagai program misalnya lokakarya inovasi desain, pelatihan *E-commerce*, pelatihan sistem informasi pemasaran, dan pendampingan pengelolaan keuangan dan pelaporan pajak.
- e. Menyediakan ruang untuk melakukan lokakarya, pendampingan lainnya dan FGD.
- f. Menyiapkan pegawai untuk bekerja sama mempersiapkan program dengan tim pendamping dalam setiap kegiatan yang dilakukan selama proses pendampingan.

4) Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program di Lapangan Setelah Kegiatan PKM Selesai Dilaksanakan.

Rencana evaluasi program dilakukan secara bertahap selama 3 bulanan (*bulan pertama* untuk mengetahui kesesuaian program dengan kebutuhan Mitra, *bulan kedua* dilakukan evaluasi ketercapaian program yang berdampak langsung pada peningkatan sistem produk, peningkatan kualitas keterampilan SDM, dan pada *bulan ketiga*

dilakukan evaluasi seluruh program yang direncanakan dengan mengidentifikasi tingkat ketercapaian yang berdampak pada mutu produk, kinerja pegawai terkait dengan proses kerja produksi, dan *penguatan E-Commerce* pada produk yang berbasis pada inovasi desain yang memiliki daya saing tinggi.

Keberlanjutan program kegiatan PKM setelah selesai program pendampingan ini berlangsung, tampaknya perlu disusun kembali program baru yakni PKW atau PPUD. Kedua program tersebut sangat layak dijadikan program lanjutan pada Mitra yang sama. Sehingga dapat dilakukan pendampingan program yang berkelanjutan sampai UKM memiliki kemampuan mengembangkan program-program yang dirintis.

3. Jadwal Pelaksanaan PKM

Tabel 3. Pelaksanaan PKM

No	Nama Kegiatan	Minggu (Selama 3 Bulan)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan Pendampingan Mitra	■											
2	Pendampingan Inovasi Desain Produk		■	■	■								
3	Penyegaran konten & Redesain Halaman web			■	■	■							
4	Lokakarya Aplikasi Link Pixel ke Jaringan E-Commerce			■	■	■	■						
5	Lokakarya dan BIMTEK optimalisasi iklan media sosial Instagram dan Facebook berdasarkan pemetaan demografi.					■	■	■	■				
6	BIMTEK aplikasi sistem pemasaran melalui <i>marketplace</i> (tokopedia, shopee, etsy)						■	■	■	■			
7	Pendampingan pembenahan tata kelola pemasaran berbasis IT, pengelolaan keuangan, dan sistem pelaporan pajak							■	■	■	■		
8	Pendampingan Strategi Branding Corporation							■	■	■	■		
9	BIMTEK Regulasi dan Pendampingan HKI pada <i>produk unggulan Mitra</i>								■	■	■		
10	Pendokumentasian & Registrasi HKI								■	■	■	■	
11	Diseminasi Hasil Pendampingan dan Publikasi											■	■

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Kegiatan PKM yang bersinergi dengan tim kreatif dan produksi Mitra berlangsung lancar tanpa hambatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan proses evaluasi program. Ruaya hingga saat ini fokus pada upaya mengembangkan desain inovasi produk fesyen tas kayu melakukan penguatan pada berbagai teknik dan teknologi untuk pengerjaan dan proses pengawetannya. Sehingga orientasi produk Ruaya tak saja berfungsi sebagai benda profan namun juga memiliki nilai estetis layaknya karya seni yang difungsikan sebagai pelengkap fesyen. Seperti yang dinyatakan oleh Sumanto dan Sukamti (2018) bahwa produk kerajinan tangan dapat dicermati berdasarkan fungsi atau pemanfaatan ada sebagian produk kerajinan yang disesuaikan dengan nama sebutannya, yaitu: (1) kerajinan tangan yang dibuat dengan orientasi fungsi praktis atau terapan. dan (2) kerajinan tangan yang dibuat dengan fungsi utama sebagai karya seni atau benda hias untuk dinikmati kesan atau nilai keindahannya.

Selama proses pendampingan Mitra melalui PKM yang menjadi prioritas utama adalah kegiatan yang berkaitan langsung dengan upaya peningkatan keterampilan SDM pada Tim Kreatif untuk menghasilkan inovasi desain produk yang unik, fungsional, dan menunjang penampilan sebagai pelengkap mode. Pendampingan yang selama ini dilakukan di antaranya Lokakarya pembuatan desain inovatif untuk melakukan terobosan desain dengan basis *Up-Cycle* yang mengubah nilai dari bahan baku limbah kayu mindi menjadi produk ekspor dari kayu limbah lokal.

Kayu mindi sangat diminati pengrajin mengingat sifat kayu dengan dimensi stabil dan tidak mudah melengkung. Kayu mindi sangat mudah diolah baik ketika dipotong, diampelas maupun ditempel. Kayu mindi sering kali digunakan untuk membuat barang khusus sesuai pesanan untuk skala kecil dengan karakteristik teksturnya yang cenderung lurus dan bebas dari mata kayu sehingga sering dipergunakan sebagai bahan pembuatan pintu, lemari, kursi maupun furnitur lainnya. Ruaya merupakan salah satu industri rumah (*home industry*) yang fokus pembuatan tas mode berbasis kayu olahan dengan mengutamakan citra desain khas tas mode Ruaya fokus mempertahankan kualitas produknya dan keunikan gaya dengan terus berinovasi untuk mengembangkan produk-produknya. Kayu mindi yang dikenal dalam istilah ilmiah *Melia Azedarach* ini dikenal pula dengan *white cedar* atau *Chinaberry*. Praptoyo (2010), menyatakan bahwa, ” *Information about mindi wood characteristics is very limited while utilisation of this wood on our society is very extensive. Better knowledge on anatomical and physical wood properties of mindi wood optimizes its utilization* ”. Kayu

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas kayu Mindi Berbasis Inovasi Desain di Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Chandra Kirana

sampai saat ini masih banyak digunakan sebagai bahan konstruksi bangunan untuk rumah tinggal, gedung, jembatan, bantalan kereta api dan lain-lain. Kayu dipilih sebagai bahan konstruksi selain karena alasan mudah didapat, harganya relatif murah dan memiliki nilai estetika yang tinggi. (Alokabel, 2017).

Di Indonesia kayu mindi tumbuh di seluruh pulau Jawa, Bali, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur yang memiliki karakter lahan liat. Pertumbuhan pohon midi bisa mencapai 45 meter dengan ketinggian cabang kayu mulai dari 8 meter hingga 20 meter dengan diameter bisa mencapai 60 cm cukup besar seperti pohon jati. Bentuk dari pohon mindi seperti payung sehingga tidak heran jika kayu ini sering digunakan sebagai tanaman perindang. Frick (1981) dalam Alokabel (2017) juga menyatakan bahwa material kayu akan selalu dibutuhkan manusia karena sifat utama yang dimiliki yaitu kayu merupakan kekayaan alam (*natural resources*) yang tidak akan pernah habis, mudah dalam pemrosesan serta memiliki sifat-sifat spesifik yang tidak dimiliki oleh bahan lain.

Kayu mindi yang baru saja dipotong warna kayu akan berwarna kekuningan dengan serat berwarna coklat. Tekstur dari kayu mindi sangat kasar dengan permukaan kayu mengkilap dan licin ketika diraba. Serat kayu mindi adalah serat lurus atau agak lurus dan berpadu. Melihat seratnya yang indah ini maka sering kali kayu mindi diselesaikan menggunakan warna natural. Dalam membuat suatu karya harus memperhatikan sifat-sifat bahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan karya yang diinginkan. Sifat-sifat kayu yang berbeda tersebut antara lain yang bersangkutan dengan sifat-sifat anatomi kayu yaitu fisik, mekanik, dan kimianya. (Retantoko, 2016).



a

b

Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM (a) Pendampingan Inovasi Desain dan (b) Kegiatan Penguatan Strategi Branding Corporation Bersama Penyuluh HKI untuk memperkuat Sistem E-Commerce melalui penyegaran halaman web maupun sistem IT lainnya.

Tak hanya itu, seratnya yang unik membuat mudah untuk tampilan antik. Pohon mindi

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas kayu Mindi Berbasis Inovasi Desain di Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Chandra Kirana

atau sering disebut dengan *gringging* (*Melia Azedarach L.*) merupakan salah satu jenis tumbuhan *fast growing species* dan juga serba guna. Penggunaan kayunya untuk mebel, parket, kayu lapis indah dan venir lamina indah. (Nurrahmania, 2019). Praptoyo (2010) menjelaskan bahwa kayu mindi atau biasa disebut *Melia Azedarach L* adalah salah satu jenis pohon hutan yang memiliki sifat tumbuh yang cepat (*fast growing species*) dan tumbuh subur di Indonesia, pohon mindi juga termaksud salah satu tumbuhan yang mampu tumbuh subur di berbagai macam kondisi tanah.



Gambar 3. Contoh Produk Fesyen Tas Kayu Mindi

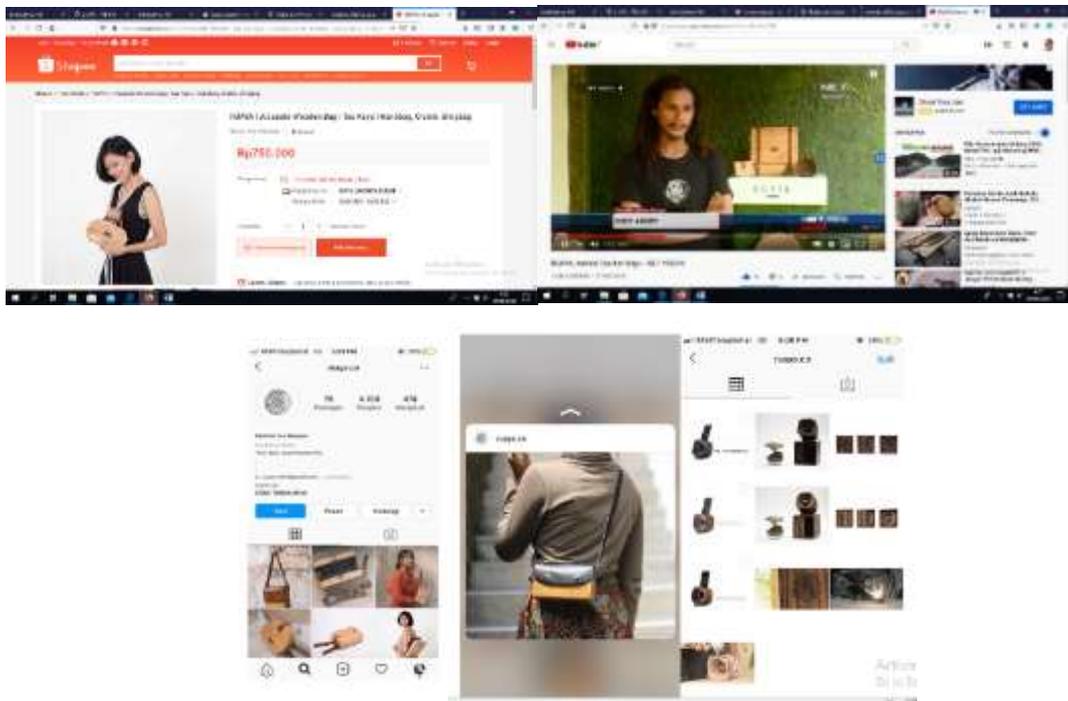
Program pendampingan dilakukan melalui lokakarya penguatan desain inovatif berupa eksplorasi desain, eksplorasi bentuk, eksplorasi media, eksplorasi teknik, dan eksplorasi estetik dari produk *Up-Cycle* Tas Mode berbahan Limbah Kayu Mindi. Sehingga produk yang dihasilkan memiliki kekuatan estetis pada tampilan produk yang dipasarkan ke pasar global. Melakukan studi kelayakan desain produk dan kelayakan produksi dan jejaring pemasaran serta melakukan berbagai terobosan inovasi desain inilah yang memberikan besarnya peluang daya saing pasar global. Pada proses produksi pada UKM Mitra “Ruaya” baik dari pra desain, proses desain maupun *pasca* produksi ini Mitra “Ruaya” berorientasi pada ergonomi produk sebagai prinsip yang mendasari produk hasil desain inovasi memiliki kesan sederhana, elegan dan unik. Pada ide yang terbentuk, prinsip-prinsip ini baiknya menjadi pedoman pada saat membuat sebuah karya, agar mampu menciptakan sebuah karya yang memiliki kualitas yang sangat baik. Berikut adalah prinsip ergonomi yang diperlukan dalam penciptaan sebuah karya yaitu Prinsip kenyamanan, keamanan, kemudahan penggunaan, artistik dan produktivitas (Dul dan Weerdmesster, 2001).

Kemudian pada prioritas program PKM lainnya adalah melakukan tukar pikiran dan merumuskan konsep *link & match* dan menyinergikan antara dunia usaha dan strategi

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas kayu Mindi Berbasis Inovasi Desain di Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Chandra Kirana

branding corporation. Program penguatan strategi *branding corporation* dilakukan melalui kegiatan revitalisasi halaman web, penyegaran konten Halaman web, pengayaan jejaring pada *hyperlink*, untuk meningkatkan sistem pemasaran yang lebih kualitas maka dilakukan penyegaran pada perangkat *Marketplace* di media sosial berbagai desain baru yang memiliki aksesibilitas yang tinggi *link & match* sinergis antara dunia usaha dan strategi *branding corporation*. Membangun sistem *E-Commerce* yang lebih akrab pasar saat ini melalui penyediaan link PIXEL dari WEB ke IG bisnis dengan interkoneksi yang *Up To Date* sehingga tim *pemasaran* bias memperoleh laporan dari penjualan di halaman web.



c

Gambar 4. (a) Profil *E-Commerce* pada Situs Shopee, (b) Profil Video *Online* pada kanal *Youtube*,
(c) presentasi produk pada *Marketplace*

PKM ini juga menitikberatkan pada upaya peningkatan kinerja sistem pemasaran media sosial melalui kegiatan BIMTEK dengan para pakar dan praktisi untuk memberikan komparasi desain maupun strategi pemasaran lainnya melalui optimalisasi iklan media sosial Instagram dan *Facebook* berdasarkan pemetaan demografi agar lebih efektif dan efisien serta merta dapat menguatkan brand RUAYA. Pembentukan kembali konten dan tampilan profil Mitra pada domain Halaman web, pemutakhiran konten *E-Commerce* dan penyegaran Desain laman web juga pada semua aplikasi bisnis pada media sosial secara intens dilakukan

dan dievaluasi berkala sehingga memiliki aksesibilitas yang tinggi *link & match* strategi *branding corporation*.

2. Pembahasan

Capaian Tujuan Kegiatan Pendampingan PKM selama proses pendampingan Mitra mengarah pada tujuan PKM yang telah disepakati Mitra untuk menentukan skala prioritas melalui berbagai kegiatan di antaranya; (1) melakukan kegiatan pendampingan produksi dengan melakukan tata kelola lokakarya. (2) melakukan program lokakarya inovasi desain untuk menghasilkan produk-produk unggulan ekspor yang unik dan berdaya saing tinggi. (3) Melakukan program lokakarya penguatan *E-Commerce* berbasis IT. (4) Melakukan pendampingan proses produksi pada aplikasi produk berbasis inovasi desain yang dikembangkan selama pendampingan dengan Mitra. (5) Melakukan program regulasi dan bimbingan teknis registrasi HKI oleh Tim Penyuluh HKI dari Dirjen HKI, Kemenkum HAM DIY. (6) Pendampingan proses penyusunan draf HKI dan proses meregistrasikan HKI sampai *granted*.

Tim pendamping saat ini fokus pada masalah-masalah yang langsung berkaitan dengan penguatan *E-Commerce* dan Inovasi Desain. Karena kedua hal tersebut memang menjadi kata kunci utama pada Program Kemitraan Masyarakat (PKM) sehingga pada rencana pelaksanaan program, Tim Pendamping lebih fokus pada hal tersebut. Dalam pelaksanaan kegiatan, tim pendamping bekerja sama dengan beberapa pihak di antaranya Fakultas Ekonomi UST untuk penguatan *E-Commerce*, tata kelola keuangan dan perpajakan, serta tata kelola pemasaran, Tim Penyuluh HKI Dirjen HKI untuk regulasi dan membantu meregistrasikan HKI, dan Prodi Penelitian dan Evaluasi Pendidikan, Pascasarjana UST khususnya tata kelola organisasi, perusahaan, dan analisis bisnis untuk menguatkan kembali SDM.

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas kayu Mindi Berbasis Inovasi Desain di Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Chandra Kirana



Gambar 5. Proses Pendampingan Penguatan *E-Commerce* dan Produk *E-Commerce*

Implikasi langsung kegiatan PKM berdampak positif bagi peningkatan produk dengan pendekatan teknologi tentu membawa berbagai akses kemudahan dan memperluas jejaring. Produk inovatif akan menjadi baik jika peluang pasar dan jaringan dapat terus dikembangkan, khususnya bagi penguatan sistem *E-Commerce* pada produk Fesyen Tas olahan kayu mindi berbasis inovasi desain. Secara umum dampak ekonomi yang dirasakan oleh Mitra karena memperoleh peluang pemasaran yang positif, profit masuk, dan secara tidak langsung promosi dan penyebaran informasi melalui dunia maya, media sosial, halaman web, IG, FB dan dampak sosial lainnya yang ditimbulkan oleh penguatan *marketplace*. Pengalaman pendampingan sebelumnya pada saat melakukan Program Iptek Bagi Produk Ekspor (IbPE) tahun 2016, kemudian berlanjut pada pelaksanaan tahun 2017 dan berakhir pada PPE tahun 2018. Permasalahan pada mitra PKM saat ini memiliki kesamaan yaitu seputar tata kelola keuangan, tata kelola SDM, tata kelola Pelaporan Keuangan dan Pajak, serta peningkatan kualifikasi keterampilan melalui inovasi desain maupun problem perlindungan hak intelektual (HKI) yang masih minim serta belum menjadi prioritas.

Aplikasi hasil PKM dicapai melalui kegiatan transformasi teknologi yang dilakukan melalui program kegiatan lokakarya dan pelatihan inovasi desain mitra dipicu untuk melakukan berbagai riset sederhana dan eksplorasi visual untuk memperoleh suatu bentuk desain yang memiliki keunikan, invensi dan kebaruan yang orisinal. Sehingga produk-produk yang dihasilkan memiliki nilai estetik spesifik, berbeda dengan produk sejenis, unik, dan berdaya saing tinggi.

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas kayu Minda Berbasis Inovasi Desain di Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Chandra Kirana



Gambar 6. (a) Kegiatan Pendampingan Strategi Branding, (b) Regulasi HKI dan Penguatan Bisnis Online, (c) Proses Pendokumentasian HKI Merek Dagang dengan Pakar-Penyuluh HKI

Program pendampingan prioritas lainnya dengan memperkuat strategi *branding corporation* yang tepat melalui berbagai kegiatan transfer teknologi melalui aplikasi konten halaman web dengan tampilan redesain yang lebih segar dan kegiatan penguatan sistem IT di dalamnya untuk menopang kegiatan bisnis daring melalui penguatan *E-Commerce*. Melalui Program penguatan sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* melalui berbagai jejaring *marketplace*, menjaga konten pada sistem e-commerce, memelihara tampilan dan terus membangun jejaring pemasaran yang lebih luas. Kegiatan ini akan menghasilkan SDM Mitra lebih terampil, kreatif, dan progresif dalam melancarkan kegiatan promosi dan pemasaran pada jangkauan tak terbatas.

Kegiatan pendampingan prioritas ini melalui penerapan metode penciptaan desain inovatif dan aplikasi teknologi diharapkan mampu memberikan kontribusi IPTEKS berkaitan dengan peningkatan kemampuan pelaku industri kreatif baik UKM maupun UMKM khususnya di Yogyakarta sekaligus mendorong perolehan sertifikasi HKI pada Hak Cipta Desain, Hak Cipta Karya Seni maupun pengajuan Hak Paten Sederhana. Hak Cipta ditegaskan pada Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual (2017) merupakan hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hak Cipta melekat pada penciptanya sehingga program pendampingan pada Mitra merupakan upaya mewujudkannya melalui orientasi kegiatan spasial yang tersebar pada momentum yang disesuaikan dengan kebutuhan kegiatan produksi Mitra.



Gambar 7. Sertifikat HKI Merek Dagang

Saat ini Ruaya telah memiliki Hak Cipta atas Merek Ruaya, jadi seperti yang disampaikan Mujiono dan Feriyanto (2017) menyatakan bahwa sesuai pasal 20 UU Hak Cipta mendapatkan masa perlindungan yang berbeda beda yaitu pencipta mendapatkan seumur hidup pencipta dan ditambah 70 tahun setelah pencipta meninggal, penyanyi 50 tahun sejak diluncurkan, produser rekaman 50 tahun sejak diumumkan dan lembaga penyiaran 20 tahun sejak disiarkan. Dan, saat ini sedang mempersiapkan sekitar 10 sampai 15 produk unggulan kreatif yang akan diregistrasikan untuk memperoleh Hak Cipta Desain Produk. Sehingga Ruaya ke depan dapat memberikan perlindungan secara melekat pada karya desain maupun produk unggulan yang akan memberikan nilai tambah pada produk fesyen tas kayu. Harapannya konsumen semakin yakin dengan autentisitas produk Ruaya yang saat ini menyebar secara luas di pasar global agar tidak terjadi plagiasi atas karya tersebut dan meningkatkan kepercayaan konsumen serta menguatkan *loyal customer*.

SIMPULAN

Kegiatan PKM pada UKM Tas Kayu Mode *Up Cycle* dari limbah kayu mindi menggambarkan proses transfer teknologi untuk meningkatkan daya saing SDM yang mempengaruhi peningkatan potensi pasar dan reputasi *brand corporation*. Hasil pelaksanaan program kegiatan PKM dicapai melalui kegiatan transformasi teknologi yang dilakukan melalui program kegiatan lokakarya, studi bentuk dengan berbagai eksplorasi dan pelatihan inovasi desain mitra oleh pakar desain produk yang berpengalaman. Tim kreatif

dan SDM Produksi Mitra diarahkan, di stimulasi, dan dipicu untuk melakukan berbagai riset sederhana maupun kegiatan eksplorasi visual dengan capaian teknik artistik untuk memperoleh suatu bentuk desain yang memiliki keunikan, nilai beda, invensi, dan *kebaruan* yang orisinal dan memperkuat karakter mode bagi penggunaannya. Baik digunakan untuk acara formal, santai, maupun pesta. Sehingga produk-produk yang dihasilkan memiliki nilai estetika spesifik, berbeda dengan produk sejenis, unik, dan berdaya saing tinggi. Selain memperkuat strategi *branding corporation* melalui berbagai kegiatan pelatihan, penguatan sistem, maupun transfer teknologi melalui aplikasi konten halaman web dengan tampilan redesain yang lebih segar dan kekinian. Adapun kegiatan penguatan sistem IT di dalamnya untuk menopang kegiatan bisnis daring melalui program penguatan sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* melalui berbagai jejaring marketplace, memelihara tampilan, dan terus membangun jejaring pasar global yang lebih progresif.

Dalam pelaksanaan program pendampingan Mitra terjadi sangat sinergis pihak pemilik maupun pegawai sangat kooperatif dan terbuka sehingga dalam pelaksanaan program hampir tanpa masalah. Semua pihak baik mitra maupun pegawai bisa saling mendukung dan bekerja sama ketika berkegiatan dengan saling membangun kesempatan berinteraksi karena kesibukan Mitra memang cukup tinggi. Sehingga pendampingan lebih intens dilakukan disela-sela jam istirahat maupun waktu-waktu sedang tidak terlalu sibuk (baik kesibukan rutinitas produksi, penyelesaian, proses kontrol kualitas/*Quality Control* maupun pemuatan barang persiapan ekspor).

Hampir sebagian besar program pendampingan terlaksana dengan baik sesuai rencana yang diajukan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, namun hanya sebagian kecil program yang kemudian harus disesuaikan karena kondisi lapangan pada saat observasi dan kondisi lapangan setahun kemudian seperti pada saat ini cukup berbeda. Kegiatan ini mengakses dan mengembangkan banyak potensi Mitra, di antaranya (1) Terjadi perubahan atmosfer kerja produksi yang dapat dirasakan langsung sebagai dampak dari sistem tata kelola studio dan lokakarya. (2) Efisiensi kerja dapat meningkat karena alur kerja yang berkaitan langsung pada kepraktisan *Lay out* lokasi lokakarya, ruang pameran, kantor, dan studio terkesan *segar*. (3) Kenyamanan kerja cukup meningkat yang banyak dipengaruhi oleh pimpinan UKM yang menganggap para pegawai sebagai mitra kerja dan tingkat kepercayaan yang tinggi atasan ke bawahan dan sebaliknya. (4) Produktivitas meningkat

meskipun daya serap pasar tidak setinggi tahun-tahun kemarin serta cukup banyak waktu produksi yang dapat digunakan untuk melakukan eksplorasi inovasi produk dan pembinaan pegawai khususnya tim kreatif. (5) Pihak pemilik dan pegawai merasakan langsung dampak pendampingan baik dalam membangun sistem kerja, *relationship, networking*, maupun kesiapan perusahaan dalam membenahan MARCOM (*marketing communication*) melalui penyegaran, pemutakhiran, maupun optimisme rintisan e-commerce. (6) Pihak mitra sangat antusias dengan program berikutnya yang belum kami laksanakan yaitu regulasi HKI dan rencana pendataan potensi HKI yang dapat diregistrasi ke Ditjen HKI. (7) Direncanakannya sinergi antara Departemen Perindustrian dan Perdagangan untuk memperoleh rekomendasi sebagai UKM yang dapat memperoleh dukungan keringanan pembiayaan registrasi HKI dan Paten. (8) Adanya gagasan pendokumentasian dan bertukar pikiran draf paten sederhana yang insya Allah pada tahun pendampingan ketiga akan diorientasikan ke registrasi HKI dan rencana pengajuan Paten.

PERSEMBAHAN

Ungkapan rasa terima kasih kepada pihak DRP Kemenristek Dikti dalam pembiayaan Hibah PKM tahun 2020, dan kepada Rektor Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, Prof. Drs. H. Pardimin, M.Pd, Ph.D serta Kepala LP3M UST Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan fasilitas pendampingan sekaligus penelitian ini berlangsung. Kemudian terima kasih yang luar biasa pada tim yakni Dr. Rahayu Retnaningsih, S.Pd, M.Pd dan Dr. Kusuma Chandra Kirana, MM yang senantiasa intens melengkapi kegiatan ini penuh semangat dan dedikasi tinggi. Terakhir saya sampaikan terima kasih kepada Pimpinan Redaksi dan Tim Editor Jurnal VISUALITA yang menelaah, memberikan masukan pada proses review, dan memublikasikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alokabel, K., Yermias E. Lay, Teddy Wonlele. (2017). "Penentuan Kelas Kuat Kayu Lokal Di Pulau Timor Sebagai Bahan Konstruksi", *JUTEKS Jurnal Teknik Sipil*, Volume 2 Nomor 2 Oktober 2017, Jurusan Teknik Sipil Politeknik Negeri Kupang
- Desintha, S., Kusuma, Intan Ayu, Octamediana, Haliza. (2020). Unsur Visual Kemasan Granola Creations, *JURNAL VISUALITA* Vol 8 No 2 2020, Issn 26552140
- Dul, Jan. Weerdmeester, B. (2001) *Ergonomic For Beginner*, 2rd.ed New York: Harper Collins

Penguatan E-Commerce Fesyen Tas kayu Mindi Berbasis Inovasi Desain di
Bantul Yogyakarta

Moh. Rusnoto Susanto, Rahayu Retnaningsih, Kusuma Chandra Kirana

- Howkins. John . (2001). “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”
- Mujiono dan Feriyanto, (2017). *.Buku Praktis: Memahami dan Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual*, Sentra KI UNY, Yogyakarta
- Nurrachmania, Meylida (2019). Sifat Kimia Non Struktural Kayu Tarik (Tension Wood) Pada Kayu Mindi (Melia Azedarach L.), *Jurnal Akar* Volume 8 Nomor 1 Edisi Februari 2019
- Praptoyo, Harry. (2010). “Sifat Anatomi dan Sifat Fisik Kayu mindi (*Melia Azedarach Linn*) Dari Hutan Rakyat Yogyakarta,” *Jurnal Ilmu Kehutanan* (Vol 4 no.1) Hlm 21-27.
- Raharjo, Timbul. (2011). *Seni Kriya & Kerajinan*. Yogyakarta: Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Retantoko, Cokro. (2016). “Pemanfaatan Limbah Kayu Jati Dalam Pembuatan Karya Seni Kriya Kayu Berbentuk Naga Eropa”, *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, Volume 04 Nomor 03 Tahun 2016, 374–380 374, Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, UNESA Surabaya
- Suciu, Marta Christina. (2008). The Creative Economy. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/42437328_THE_CREATIVE_ECONOMY 5 Nov 2020.
- Sumanto dan Sukamti, (2018), Keragaman Jenis dan Model Produk Home Industry Kerajinan Tangan Sebagai Sumber Belajar di Sekolah Dasar, *Jurnal2.UM, Sekolah Dasar: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan*, Tahun 26 Nomor 1, Mei 2017, <http://journal2.um.ac.id/index.php/sd/>
- Susanto, Rusnoto, Wastiwi, Sri, Putri, Wika Harisa (2018). ‘Revitalisasi Mutu Produk Ekspor Melalui Pendampingan Inovasi Desain Produk Dan Hki Patung Terrazzo Di Bantul Yogyakarta’, *Jurnal Dharma Bakti-LPPM IST AKPRIND Yogyakarta* ISSN:2614-2929 Vol. 1 No.1EdisiApril 2018
- Tashandram, Nabilla. (2018). Tampil Gaya dengan Tas Kayu, diakses pada: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/04/29/112704720/tampil-gaya-dengan-tas-kayu?page=all>. Kompas.com, diakses pada 29 April 2018
- Zahry, Soondoos M. (2017). “Arts, Antiques, and Craft Businesses Locational Choice: The Case of George Town, Penang”. *International Journal of Cultural and Creative Industries (IJCCI)*, volume 4, issue 2, March 2017

LAMPIRAN

GAMBARAN IPTEK

IPTEKS yang akan ditransformasi pada Mitra di antaranya;

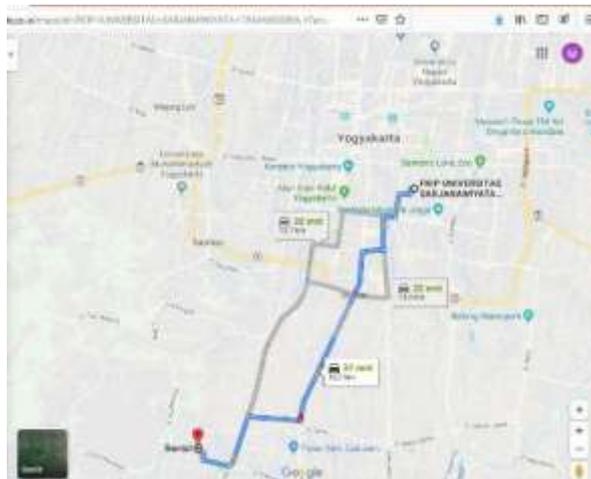
1. INOVASI DESAIN

Gambaran iptek yang dilakukan melalui program kegiatan lokakarya dan pelatihan inovasi desain mitra dipicu untuk melakukan berbagai riset sederhana dan eksplorasi visual untuk memperoleh suatu bentuk desain yang memiliki keunikan, invensi dan kebaruan/novelty yang orisinal. Sehingga produk-produk yang dihasilkan memiliki nilai estetik spesifik dan berbeda dengan produk sejenis.

2. STRATEGI BRANDING COPORATION DENGAN PENGUATAN SISTEM PEMASARAN E-COMMERCE

Melalui Program penguatan sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* melalui berbagai jejaring marketplace, menjaga konten pada sistem *e-commerce*, memelihara tampilan dan terus membangun jejaring pemasaran yang lebih luas. Kegiatan ini akan menghasilkan SDM Mitra lebih terampil, kreatif, dan progresif dalam melancarkan kegiatan promosi dan pemasaran pada jangkauan tak terbatas

PETA LOKASI MITRA SASARAN



Gambar 8. Peta Lokasi Produksi di Kreet, Sendang Pajangan Bantul

Jarak tempuh cukup efektif karena akses jalan dapat dicapai melalui berbagai alternatif jalur baik melalui jalan parangtritis, ringroad selatan, jalan raya Bantul, Desa Wisata Gerabah Kasongan, maupun melalui desa wisata wayang Gendeng serta Desa Wisata Kreet.