

Pendampingan Usaha Produk Tas Anyaman Berbasis Marketing Mix di Desa Sukorejo Kabupaten Ponorogo

Anisa Hilmi Fuadah¹, Teguh Ansori²

¹ Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

² Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

Abstract

One of the MSMEs that have a pretty big opportunity is the craft of plastic woven bags. This community service was carried out in the plastic woven bag craft business unit owned by Mrs. Nikmah in Dukuh Krajan, Sukorejo Village, Sukorejo District, Ponorogo Regency. This service using the Asset-based community development (ABCD) method is considered to be the right approach to the above problem which is an approach to community development that is in a large flow. This service to the community provides assistance in terms of marketing and product promotion. Promotion and marketing assistance aims to introduce woven products to the wider community so that they can increase sales of woven bags. The purpose of this service activity is to help provide solutions to problems related to marketing aspects by introducing a marketing mix strategy. The results of this activity show that the assistance carried out is able to encourage these business actors to maintain their business by maximizing marketing and promotion aspects. In practice, The prospect of developing a plastic woven bag business in Dukuh Krajan, Sukorejo Village, Sukorejo District, Ponorogo, showed significant results, including the introduction of a marketing mix strategy that can support woven business productivity and expand marketing by utilizing social media and to make products more recognizable the broad public.

Keywords

UMKM; Marketing strategy; Promotion; Cost of production.

Corresponding Author

Anisa Hilmi Fuadah

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; anisahilmi42@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para pengusaha kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga atau rumahan (Wiralestari, Firza, & Mansur, 2018). UMKM memegang peranan penting di Indonesia karena jumlah dan kontribusinya yang besar. Terlebih lagi, UMKM terbukti tangguh dalam menghadapi gejolak ekonomi. Keberadaan UMKM tidak hanya memberikan manfaat dalam pendistribusian pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi wadah penyalur kreativitas dan pelestarian tradisi budaya. Selain itu, UMKM memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, sehingga berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Keunggulan UMKM terletak pada sifatnya yang padat karya dan penggunaan teknologi



sederhana yang mudah diakses. Dengan demikian, UMKM mampu menjadi wadah bagi masyarakat untuk memperoleh pekerjaan dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi negara.

Salah satu UMKM yang perkembangannya cukup baik dan memerlukan perhatian bersama ialah UMKM kerajinan anyaman plastik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata anyaman berarti hasil anyaman. Kerajinan tas anyaman plastik merupakan sebuah kreativitas masyarakat yang dapat menjadi peluang usaha yang menguntungkan maupun dijadikan sebagai mata pencaharian. Kerajinan ini menggunakan bahan dasar plastik jenis kaca dan jali-jali dengan beragam ukuran. Tas anyaman plastik ini memiliki daya tahan yang kuat meskipun dijual dengan harga yang terjangkau. Hal ini menjadikannya pilihan yang populer di kalangan masyarakat.

Home industri tas anyam merupakan aset berharga bagi UMKM di desa yang dapat bertahan dan dikembangkan. Pengelolaan tas anyam yang baik, sumber daya manusia yang unggul, dan inovasi yang berkelanjutan merupakan potensi besar dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha ini, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan berkontribusi pada perekonomian lokal. Salah satu pengrajin atau produsen tas anyaman di Dusun Krajan Desa Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo adalah Ibu Nikmah. Usaha tas anyaman ini berdiri sejak tahun 1996, berawal dari sebuah hobi dan akhirnya usaha ini terus berjalan sampai sekarang. Produk yang dihasilkan berupa tas anyaman dari bahan baku tali kaca dan jali-jali dengan berbagai macam bentuk, seperti tas belanja, tas fashion, dan tempat tissue. Bahan baku tas di beli secara langsung dari Jetis Ponorogo dengan harga yang beragam tergantung jenisnya. Pada awalnya produk yang dihasilkan jumlahnya sangat sedikit, kemudian terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Dalam sehari Ibu Nikmah dapat memproduksi 4-6 tas anyaman. Selama ini, promosi yang dilakukan untuk memasarkan produknya masih sangat lemah dan kurang maksimal. Pada awal mula pemasaran ini dilakukan secara manual atau *had to had* melalui pasar lokal yang berlokasi di beberapa kecamatan di Kabupaten Ponorogo. Namun saat ini, Ibu Nikmah hanya memasarkan produknya melalui media sosial whatsapp. Selain itu, kegiatan pemasaran masih terbatas hanya memproduksi produk jika ada pesanan, sehingga jika tidak ada pesanan, tas tidak akan dibuat. Hal ini menyebabkan tas anyaman belum dikenal luas oleh masyarakat, sehingga promosi menggunakan berbagai macam media perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat.

Sebuah usaha atau industri selain mampu menghasilkan produk yang berkualitas, industri tersebut juga harus memperhatikan strategi pemasaran yang efektif. Dengan begitu, konsumen akan tertarik dan terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan. Produk-produk yang berkualitas dan bermutu baik dengan didukung pemasaran yang tepat sasaran, pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan karena pada dasarnya kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran (Sunarsih & HMS, 2015).

Agar produk lebih dikenal oleh masyarakat luas maka perusahaan harus mempromosikan produknya. Promosi merupakan salah satu variabel didalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Kadang-kadang istilah promosi ini digunakan secara sinonim dengan istilah penjualan meskipun yang dimaksud adalah promosi. Pengertian promosi menurut Kotler dan Armstrong (2012:76), "*Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it*", artinya promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Salah satu faktor penentu keberhasilan penjualan adalah promosi. Promosi dimanfaatkan perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas sehingga kesadaran akan produk tersebut meningkat.

Selain pemasaran dan promosi, salah satu masalah mendasar yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah kurangnya kemampuan dalam bidang akuntansi termasuk melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan benar. Fenomena menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memperoleh laba secara optimal karena ketidakmampuan mereka dalam menghitung harga pokok produksi secara tepat (Yuliyanti & Saputra, 2017). Hal ini antara lain disebabkan oleh kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam penggolongan biaya sehingga terdapat beberapa biaya yang tidak diperhitungkan dalam harga pokok, seperti biaya penyusutan dan tenaga kerja yang berasal dari pemilik sendiri (Nurlela & Rangkuti, 2017). Selama ini perusahaan hanya menetapkan harga jual sesuai dengan harga pasar tanpa menghitung biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi sesuai dengan prosedur akuntansi dan kurang terperinci (Prabowo, 2019).

Harga pokok (biaya) produksi merupakan biaya yang diperlukan untuk memproses suatu produk. Biaya produksi terdiri atas biaya bahan, tenaga kerja dan overhead (Setiadi, Saerang, & Runtu, 2014; Widyastuti & Mita, 2018). Terdapat beberapa manfaat bila perusahaan mengetahui harga pokok setiap produk yang dihasilkan, yaitu (1) menentukan harga jual (Macpal, Morasa, & Tirayoh, 2014), (2) memantau realisasi biaya, (3) menghitung laba rugi, dan (4) menghitung harga pokok persediaan barang jadi dan barang dalam proses (Daldjono, 2011; Pandini & Nurchayati, 2018). Selain sebagai dasar dalam menentukan harga jual, perhitungan harga pokok produksi bermanfaat untuk mengevaluasi apakah perusahaan sudah berproduksi secara efisien. Berdasarkan informasi biaya produksi, dapat dilakukan identifikasi komponen biaya yang terjadi pemborosan dan dapat segera dilakukan perbaikan, sehingga dapat diperoleh biaya produksi yang lebih murah (Sujarweni, 2016).

Terdapat beberapa penelitian relevan tentang pendampingan pemberdayaan sebagai cara meningkatkan pemasaran dan produktivitas tas anyaman plastik. Diantaranya ialah:

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Tri Palupi Robustin dengan Judul Pendampingan Pemasaran dan Promosi pada Usaha Tas Anyaman di Desa Karangsono Kabupaten Jember. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah disajikan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari pendampingan dalam pemasaran dan promosi produk adalah meningkatnya penjualan produk dan memperkenalkan produk tas anyaman ke masyarakat yang lebih luas.
2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Titin Eka Ardiana dan Ika Farida Ulfah dengan judul Pendampingan Penyusunan Harga Pokok Produksi bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dari materi yang diberikan peserta mengalami peningkatan pemahaman terhadap arti pentingnya menghitung harga pokok produksi.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu jika penelitian terdahulu menemukan bahwa strategi pemasaran dan promosi serta perhitungan harga pokok produksi bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas dan penjualan produk tas anyaman plastik. Sedangkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu menggabungkan dua materi tersebut dalam *marketing mix* sebagai pendampingan usaha produk tas anyaman di Desa Sukorejo Ponorogo.

Memahami pentingnya hal tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan bimbingan kepada pemilik usaha tas anyaman dalam melaksanakan kegiatan pemasaran dan promosi produk yang dikemas dalam *marketing mix*. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan produktivitas produk tas anyaman plastik agar dapat bersaing ditengah gempuran tas modern saat ini dan memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas.

2. METODE

Pengabdian ini menggunakan metode Asset-based community development (ABCD) dianggap sebagai pendekatan yang tepat untuk persoalan di atas. Hal ini karena ABCD merupakan sebuah pendekatan dalam pengembangan masyarakat yang berada dalam aliran besar mengupayakan terwujudnya sebuah tatanan kehidupan sosial dimana masyarakat menjadi pelaku dan penentu upaya pembangunan di lingkungannya atau yang seringkali disebut dengan Community-Driven Development (CDD). Upaya pengembangan masyarakat harus dilaksanakan dengan sejak dari awal menempatkan manusia untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan yang dimiliki serta segenap potensi dan aset yang dipunyai yang potensial untuk dimanfaatkan. Hanya dengan mengetahui kekuatan dan aset, diharapkan manusia mengetahui dan bersemangat untuk terlibat sebagai aktor dan oleh karenanya memiliki inisiatif dalam segala upaya perbaikan.

Dengan mengetahui kekuatan dan aset yang dimiliki serta memiliki agenda perubahan yang dirumuskan bersama, persoalan keberlanjutan sebuah program perbaikan kualitas kehidupan

diharapkan dapat diwujudkan. Melalui pendekatan ABCD, warga masyarakat difasilitasi untuk merumuskan agenda perubahan yang mereka anggap penting. Kegiatan Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat terhadap Produk Tas Anyaman di Desa Sukorejo Ponorogo yang dilaksanakan mahasiswa menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa warga masyarakat berkesempatan untuk turut serta sebagai penentu, agenda perubahan tersebut. Tatkala warga masyarakat telah menentukan agenda perubahan tersebut, maka apapun rencana tersebut, warga masyarakat akan berjuang untuk mewujudkannya. Oleh karena itu, kegiatan KPM adalah kegiatan stimulasi dan fasilitasi sehingga terjadi proses ini. Mahasiswa yang melaksanakan akan belajar betapa kehidupan ini akan berubah menjadi baik tatkala ada kemauan untuk berubah dari yang menjalaninya. Perubahan menuju kepada upaya perbaikan hanya dapat diwujudkan tatkala manusia dapat mencermati hal terbaik dalam dirinya, dan mengoptimalkan hal baik tersebut untuk apapun yang diimpikannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis selama kunjungan, usaha kerajinan pembuatan tas anyaman plastik di Dusun Krajan, Desa Sukorejo, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Ponorogo, menunjukkan potensi pengembangan yang sangat menjanjikan. Usaha ini berdampak positif dalam upaya pengentasan kemiskinan di kalangan pengrajin, walaupun masih memiliki kendala dalam hal pemasaran. Tas anyam di Dusun Krajan Desa Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo milik Ibu Nikmah ini mempunyai beberapa kelebihan di antaranya : *Pertama*, memiliki berbagai macam model sebagai pilihan, sehingga dapat menyesuaikan dengan berbagai kebutuhan dan gaya. *Kedua*, harga dan bahan yang masih cukup terjangkau, sehingga mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. *Ketiga*, dapat dipakai semua kalangan baik anak muda ataupun usia lanjut sehingga bisa digunakan untuk berbagai fungsi, seperti tas belanja dan tas fashion. Selain kelebihan tersebut, industri tas anyaman Ibu Nikmah ini juga mengalami beberapa kendala yaitu tata kelola manajemen pemasaran produk dan promosi yang belum tertata. Oleh karena itu pada pendampingan kali ini penulis akhirnya memutuskan untuk melakukan pendampingan usaha produk tas anyaman menggunakan *marketing mix* untuk mempertahankan usaha serta mengurangi beberapa aspek kelemahan yang terhambat.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan mulai tanggal 26 Juli 2024 sampai 2 Agustus 2024 dengan pemberian materi dalam hal pengetahuan tentang *marketing mix* yang dikenal dengan: 1) Produk: Kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan kepada pasar atau konsumen yang mencakup variasi produk, kualitas, desain, dan kemasan. 2) Harga: Jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk satu unit produk, yang ditentukan oleh produsen berdasarkan akumulasi pengeluaran produksi. 3) Promosi: Mengkomunikasikan dan membujuk konsumen untuk membeli

produk melalui berbagai cara, seperti menekankan keunggulan produk yang dihasilkan. 4) Distribusi: Menyalurkan barang dari produsen ke konsumen secara efektif dan efisien untuk memastikan produk sampai ke tangan konsumen dalam waktu yang singkat.



Gambar 1. Pendampingan pada UMKM tas anyaman plastik

Untuk keberlanjutan kegiatan pemasaran usaha tas anyaman plastik milik Ibu Nikmah, maka diperlukannya strategi-strategi dalam pemasaran yang di kemas dalam *Marketing Mix* sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan produk

Pada wawancara yang telah dilakukan selama pendampingan, Ibu Nikmah mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar dengan kompetitor yang memproduksi barang serupa. Untuk mengatasinya, Ibu Nikmah menyikapi persaingan tersebut secara rasional dengan mengedepankan kompetisi yang sehat, terus mempertahankan operasi bisnis, dan memperhatikan aspek pemasaran produk. Produk yang ditawarkan harus terus ditingkatkan kualitasnya melalui inovasi yang selaras dengan perkembangan zaman agar dapat mempertahankan daya saing di pasar. Secara singkat langkah-langkah yang dapat di terapkan dalam inovasi kerajinan anyaman plastik milik Ibu Nikmah antara lain:

- a) Pengumpulan ide atau gagasan.
- b) Perubahan dan pengembangan ide.
- c) Pengenalan fungsi barang yang diproduksi.
- d) Menentukan target pemasaran.

2. Strategi penentuan harga

Ketepatan dalam penentuan harga akan produk hasil produksi menjadi tanggung jawab utama seorang pemasar. Harga yang tinggi belum tentu dapat mewujudkan keuntungan yang diharapkan, meskipun keuntungan per unit juga tinggi. Sebaliknya, harga yang relatif rendah dengan volume penjualan tinggi justru berpotensi menghasilkan keuntungan yang sangat besar. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga dalam sebuah

usaha adalah:

- a) Mewujudkan keuntungan untuk pengrajin kerajinan anyaman plastik yang merupakan tujuan bersama maka perlu dipertimbangkan sebaik-baiknya. Adakah keuntungan yang ingin di capai pada waktu yang singkat? Ataukah keuntungan jangka panjang yang akan ditekankan.
- b) Volume penjualan permintaan atas berbagai barang berbeda sifatnya. Ada permintaannya tak berubah, walaupun harganya ditinggikan atau di rendahkan.
- c) Persaingan dari usaha yang lain. Nama baik usaha dipasaran diperlukan, sehingga konsumen tidak akan berpindah. Dalam keadaan ini Ibu Nikmah dapat menetapkan harga yang berbeda dengan harga barang yang sejenis.
- d) Pandangan masyarakat terhadap suatu barang.

3. Strategi promosi

- a) Memberi informasi seperti untuk apa fungsinya, dimana bisa di beli dan sebagainya. Tanpa promosi sangat sulit bagi konsumen untuk mengenal dan mengetahui produk anyaman milik Ibu Nikmah ini.
- b) Membujuk konsumen untuk membeli barang tersebut, dapat melalui social media, seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook. Alat promosi lainnya bisa lewat penjualan langsung.

Pengelolaan keuangan yang efektif juga sangat penting bagi pertumbuhan dan kesuksesan UMKM tas anyaman plastik yang ada di Dukuh Krajan Desa Sukorejo Kecamatan Sukorejo milik Ibu Nikmah ini. Akuntansi, sebagai proses sistematis untuk merekam, mengklasifikasikan, dan merangkum transaksi keuangan, memberikan informasi finansial yang akurat dan tepat waktu yang sangat penting untuk pengambilan keputusan yang tepat. Dengan menggunakan informasi akuntansi, manajemen dapat menganalisis kinerja keuangan perusahaan, mengidentifikasi area untuk perbaikan, dan membuat keputusan yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis.

Pada pendampingan yang dilakukan, penulis bersama tim pengabdian menjelaskan perlunya menentukan harga jual berdasarkan perhitungan harga pokok produksi agar memperoleh laba maksimal. Perhitungan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh cara (jenis) proses produksi yang dilakukan. Terdapat dua jenis metode pengumpulan harga pokok produksi, yaitu (1) Metode Harga Pokok Pesanan (*job order costing*) dan (2) Metode Harga Pokok Proses (*process costing*) (Daldjono, 2011). Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan biaya produksi untuk menentukan harga pokok produk pada perusahaan yang menghasilkan produk secara khusus berdasarkan pesanan pelanggan. Tujuan utama metode ini adalah untuk menetapkan harga pokok produk untuk setiap pesanan, baik secara keseluruhan maupun per unit. Dalam metode ini, biaya-biaya produksi

dialokasikan secara spesifik ke setiap pesanan, dan harga pokok produksi per unit diperoleh dengan membagi total biaya produksi untuk pesanan tertentu dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan tersebut. Metode harga pokok pesanan mengkategorikan biaya produksi menjadi tiga kelompok: biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Sementara itu, metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produksi yang digunakan oleh perusahaan yang mengolah produknya secara masa. Perhitungan harga pokok produk persatuan dilakukan dengan cara membagi total biaya produksi yang dikeluarkan dengan selama periode tertentu dengan satuan produk yang dihasilkan selama periode yang bersangkutan. Perhitungan dilakukan setiap akhir periode. Menurut metode ini, biaya produksi terdiri atas biaya bahan, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead (Herawaty & Mansur, 2019).

Pada pendampingan kali ini, penulis dan tim pengabdian membantu mempromosikan produk di media sosial selain whatsapp sehingga produk lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas serta membantu menjualkan tas anyaman secara langsung kepada konsumen. Dalam hal ini *e-commerce* memainkan peran penting dalam meningkatkan bisnis tas anyaman di Kabupaten Ponorogo. Adapun yang menjadi manfaat dan juga peran *e-commerce* dalam meningkatkan bisnis atau UMKM tas anyaman di Desa Sukorejo Kabupaten Ponorogo milik Ibu Nikmah guna untuk meningkatkan daya saing, diantaranya adalah:

1. Membuka peluang pasar yang lebih luas; artinya dengan adanya *e-commerce*, Ibu Nikmah bisa menjual produk tas anyaman ke pasar yang jangkauannya lebih luas, dan bahkan ke seluruh Indonesia ataupun bahkan ke luar negeri.
2. Mengurangi biaya operasional; dengan adanya *e-commerce* ini Ibu Nikmah bisa menjual produknya melalui *e-commerce* sehingga bisa mengurangi biaya operasional, seperti halnya sewa tempat, dan juga karyawan.
3. Meningkatkan efisiensi bisnis; *e-commerce* memungkinkan bisnis mikro untuk mengelola pesanan dan juga inventaris secara lebih efisien, yang bisa meningkatkan produktivitas dan juga mengurangi kesalahan dalam pengiriman produk.
4. Menjangkau konsumen baru; melalui *e-commerce* bisnis tas anyaman menjangkau konsumen baru yang mungkin saja tidak akan datang ke toko fisiknya.
5. Memperkuat branding dan juga citra bisnis; *e-commerce* memungkinkan bisnis tas anyaman yang melalui design website menarik pengalaman dan juga penggunaan yang baik

Pada wawancara yang telah dilakukan, Ibu Nikmah mengaku belum mempunyai nama brand sebagai identitas dari tas anyaman milik beliau tersebut. Tindak lanjut dari permasalahan ini adalah tim pengabdian menyarankan "NIKMAH BAG'S" sebagai nama brand serta membuatkan banner untuk dipasang di depan rumahnya serta pembuatan hangtag agar produk tas anyaman tersebut dapat

dikenal masyarakat lebih luas.



Gambar 1. Penyerahan banner



Gambar 2. Hangtag

Selain menyarankan nama brand dan pembuatan banner, tim pengabdian juga telah membuatkan akun media sosial lainnya dan cara mengelolanya untuk tas anyaman Ibu Nikmah seperti Facebook dengan nama “Nikmah Tas Anyaman” dan Instagram dengan nama “@nikmah.bags”. Hal ini bertujuan sebagai bentuk promosi produk tas anyaman Ibu Nikmah serta untuk meningkatkan penjualan produk. Memasarkan produk menggunakan media sosial akan berdampak baik bagi penjualan tas anyaman milik Ibu Nikmah ini, yang dimana nantinya perkembangan akan usaha kerajinan tangan tersebut akan semakin berkembang dengan adanya alat teknologi yang dapat membantu proses pemasaran tas anyaman plastik. Semakin berkembangnya usaha kerajinan tangan anyaman plastik di Dukuh Krajan Desa Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo, maka semakin meningkat pula penghasilan yang di dapatkan oleh para pengrajin seperti Ibu Nikmah dan semakin berkurang pula tingkat kemiskinan dari para pengrajin itu sendiri khususnya melalui pendapatan yang mereka dapatkan dengan adanya usaha kerajinan tangan anyaman plastik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan data hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa strategi *marketing mix* memiliki pengaruh positif terhadap penjualan tas anyaman milik Ibu Nikmah yang berada di Dukuh Krajan Desa Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Prospek pengembangan usaha kerajinan tas anyaman plastik ini sangat menjanjikan karena didorong oleh permintaan konsumen yang tinggi. Permintaan yang besar dari konsumen mengarah pada peningkatan pesanan, sehingga mendorong kemajuan usaha kerajinan tangan anyaman plastik ini. Hal ini berdampak pada penghasilan yang lebih tinggi bagi pemilik usaha yang memproduksi kerajinan tangan anyaman plastik, yang lebih lanjut berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan sektor ini.

Pengabdian masyarakat ini memberikan pendampingan dalam pemasaran dan promosi produk menggunakan strategi *marketing mix*, ini bertujuan agar produk tas anyaman dapat diperkenalkan secara lebih luas kepada masyarakat, sehingga mampu mendongkrak angka penjualan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penjualan yang meningkat sebesar 40% pada bulan Juli 2024 dibandingkan dengan penjualan pada bulan-bulan sebelumnya. Dari materi yang telah diberikan mengenai strategi *marketing mix* Ibu Nikmah telah memiliki pemahaman tentang bagaimana cara mempromosikan produk dan peningkatan kualitas produk dengan baik. Ibu Nikmah juga telah memahami pentingnya menghitung harga pokok produksi agar laba yang dihasilkan bisa maksimal dan akan memulai untuk mengimplementasikannya pada penjualan selanjutnya.

REFERENSI

- Ardiana, Titin Eka dan Ika Farida Ulfah. (2023). Pendampingan Penyusunan Harga Pokok Produksi bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal BUDIMAS*, 5(2).
- Daldjono. (2011). *Akuntansi Biaya*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Macpal, B., Morasa, J., & Tirayoh, V. (2014). Analisis Perhitungan Harga Pokok Penjualan Barang Produksi pada Jepara Meubel di Kota Bitung. *Jurnal EMBA*, 2(3).
- Mukalimin, Siti. (2022). Upaya Pengembangan Usaha Kerajinan Tas Anyaman di Desa Maguwan Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo. *Journal of Community Development and Disaster Management*, 4(2).
- Nurlela, & Rangkuti, C. (2017). Analisis Perbandingan Metode Penentuan Harga Pokok Produksi pada CV. Satu Angin Persada. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01).
- Robustin, Tri Palupi. (2022). Pendampingan Pemasaran dan Promosi pada Usaha Tas Anyaman di Desa Karangsono Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02 (01).

- Ulfah, Ika Farida. dkk. (2020). Strategi Pemasaran pada UMKM Kerajinan Anyaman Plastik di Desa Karanggebang Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1).
- Winih, Titik Sri dan Aji Damanuri. (2023). Peran E-Commerce sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Tas Anyaman untuk Meningkatkan Daya Saing. *Al-Manhaj: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 5(2).