

KAMPUNG PRENEUR DIGITAL: PEMBERDAYAAN KAMPUNG DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI KREATIF

Dyah Titis Kusuma Wardani^{1*}, Endah Saptutyningsih¹, Jejen Jaenul Haq¹

¹ Prodi Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijawa, Tamantirto, Kasihan, Bantul Yogyakarta, 55183

*email: dyah.wardani@umy.ac.id

Abstrak

Jiwa entrepreneur merupakan salah satu bekal untuk meningkatkan produktifitas SDM yang kelak dapat membangun ekonomi berdikari. Hal itulah yang coba dikembangkan oleh dosen bersama mahasiswa UMY dengan membentuk Kampungpreneur Digital. Kelompok Abdimas UMY melakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang menjawab permasalahan dalam menciptakan iklim entrepreneur di pedesaan. Program pengabdian untuk meningkatkan hard skill ibu-ibu Dasawisma melalui teknologi informasi guna menjawab Tantangan Ekonomi Kerakyatan di Dusun Sorowajan, Dukuh Glugo, Panggungharjo, Sewon, Bantul. Selanjutnya disebut Pihak Kedua sebagai Mitra Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pada awal program, tim Kampungpreneur telah melakukan beberapa pelatihan yang mendukung berkembangnya pegiat kelompok usaha maupun warga biasa untuk turut meningkatkan jiwa entrepreneur berbasis digital di Dusun Sorowajan. Selain partisipan dari Dusun Sorowajan, juga terdapat partisipan dari dusun lain dalam mengikuti program Kampungpreneur. Saat ini, tim sedang mempersiapkan beberapa program penunjang lainnya dengan metode *CBD (Community Based Development)*. Metode tersebut mempunyai karakteristik adanya partisipasi aktif dari masyarakat. Adapun tujuan dari adanya pengabdian ini, yaitu untuk membantu dalam memasarkan produk hasil pemberdayaan ibu-ibu Dasawisma di Dusun Sorowajan. Produk kerajinan dari ibu-ibu Dasawisma Lily berupa kain bermotif ecoprint dan lilin aromaterapi akan dipasarkan menggunakan marketplace online seperti Shopee.

Kata Kunci: *Community Based Development (CBD)*; Industri Kreatif; Kampungpreneur Digital; Pemasaran Online

Abstract

*The entrepreneurial spirit is one of the provisions to increase the productivity of human resources which in the future can build an independent economy. That is what lecturers and UMY students are trying to develop by forming a Digital Preneur Village. The UMY Abdimas Group conducts community service activities that answer problems in creating an entrepreneurial climate in rural areas. Service program to improve the hard skills of Dasawisma mothers through information technology to answer the People's Economy Challenges in Sorowajan Hamlet, Dukuh Glugo, Panggungharjo, Sewon, Bantul. Hereinafter referred to as the Second Party as Community Service Partners, Yogyakarta Muhammadiyah University. At the beginning of the program, the Kampungpreneur team conducted several trainings that supported the development of business group activists and ordinary citizens to help improve the spirit of digital-based entrepreneurship in Sorowajan Hamlet. Apart from participants from Sorowajan Hamlet, there were also participants from other hamlets participating in the Kampungpreneur program. Currently, the team is preparing several other supporting programs using the *CBD (Community Based Development)* method. This*

method has the characteristics of active participation from the community. The purpose of this service is to assist in marketing products resulting from the empowerment of Dasawisma women in Sorowajan Hamlet. Dasawisma Lily's handicraft products, in the form of ecoprint patterned fabrics and aromatherapy candles, will be marketed using online marketplaces such as Shopee.

Keywords: *Community Based Development (CBD); Creative Industry; Digital Preneur Village; Online Marketing*

A. Pendahuluan

Jiwa entrepreneur merupakan suatu sifat kemandirian yang dimiliki seseorang atau individu baik itu kalangan usahawan maupun masyarakat umum yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan peluang. Dilihat dari berkembangnya jaman juga bahwasanya di dunia entrepreneur sudah berpindah yang tadinya melakukan pemasaran secara *offline* dengan toko atau tempat penjualan secara langsung sekarang berubah ke *online* yaitu menggunakan *e-commerce* dan media sosial. Produk kerajinan dari ibu-ibu Dasawisma Lily di Dusun Sorowajan ini merupakan UMKM yang memiliki prospek tinggi dalam dunia *entrepreneur*. Akan tetapi, sesuai dari hasil survei tim ke lapangan menunjukkan bahwa produk kerajinan di Dasawisma Lily di Dusun Sorowajan ini masih kurang optimal dalam pemasaran karena masih menggunakan pemasaran secara *offline*, sedangkan di era digital sekarang dalam memasarkan suatu produk sudah menggunakan media sosial ataupun *e-commerce*. Hal inilah yang melatarbelakangi pengabdian dosen bersama mahasiswa UMY dengan membentuk Kampungpreneur Digital. Kelompok Abdimas UMY melakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang menjawab permasalahan dalam menciptakan iklim entrepreneur di pedesaan. Program pengabdian yang diciptakan tim kami berjudul “Kampungpreneur Digital: Pemberdayaan Kampung dalam Meningkatkan Industri Kreatif” melalui teknologi informasi ini bertujuan untuk menjawab Tantangan Ekonomi Kerakyatan di Dusun Sorowajan, Dukuh Glugo, Panggungharjo, Sewon, Bantul.

Pengabdian masyarakat menggunakan teknologi informasi dan platform berbasis *online marketplace* bertujuan untuk membantu dalam memasarkan produk hasil pemberdayaan ibu-ibu Dasawisma di Dusun Sorowajan. Produk kerajinan akan dipasarkan menggunakan *online marketplace*. Penggunaan teknologi informasi dilatarbelakangi oleh belum optimalnya pemasaran kerajinan *ecoprint* dan lilin aromaterapi dari limbah minyak jelantah. Selain itu, program ini juga akan membuat video dokumentasi pelatihan-pelatihan pemasaran *online*, sekaligus membuat video pembelajaran pemasaran *online* menggunakan Shopee. Mengapa kegiatan ini perlu membuat video? Sebab video menjadi tren media pembelajaran di era 4.0. (Maulida dkk., 2020).

Jejen Jaenul Haq (Mahasiswa Pengabdian-Asisten Lapangan) Kampungpreneur Digital mengatakan meskipun demikian, sebagian besar pelaku usaha masih terkendala dalam hal pemasaran, permodalan, manajemen usaha, dan pengembangan produk. Mengingat *ecoprint* merupakan pengembangan teknik natural dye yang memanfaatkan bahan alam sebagai pewarna dan membuat (Sri, dkk. 2020).

Solusi dari permasalahan tersebut adalah tim pengabdian UMY melalui program Kampungpreneur Digital melakukan beberapa pelatihan yang mendukung berkembangnya pegiat kelompok usaha maupun warga biasa untuk turut meningkatkan jiwa entrepreneur di Dusun Sorowajan berdasarkan panduan dari *International Labour Organization* mengenai Pelatihan Keterampilan Pedesaan: Manual Generik Pelatihan untuk Pemberdayaan Ekonomi Pedesaan (ILO, 2017). Selain partisipan dari Dusun Sorowajan, juga terdapat partisipan dari dusun lain dalam mengikuti program Kampungpreneur. Saat ini, tim sedang mempersiapkan beberapa program penunjang lainnya dengan metode CBD (*Community Based Development*) dalam rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Desa (Suryani, dkk., 2021). Metode tersebut mempunyai karakteristik adanya partisipasi aktif dari masyarakat. Program ini secara berkala mendapatkan bimbingan dari dosen UMY, yaitu Dr. Dyah Titis Kusuma Wardani dan Dr. Endah Saptutyningsih. Dalam mengatasi persoalan dalam hal pemasaran, tim mendaftarkan Dasawisma Lily sebagai penjual (*seller*) di *marketplace* Shopee dengan nama Lily Chandelier. Tim pengabdian akan mendatangkan instruktur berpengalaman dalam pengembangan kerajinan *ecoprint* dan lilin aromaterapi yaitu Ibu Esty Setyaningrum, M.Si. sebagai rencana pengembangan dua produk tersebut.

B. Masalah

Dari hasil survei tim ke lapangan menunjukkan bahwa produk kerajinan di Dasawisma Lily di Dusun Sorowajan ini masih kurang optimal dalam pemasaran karena masih menggunakan pemasaran secara *offline*, sedangkan di era digital sekarang dalam memasarkan suatu produk sudah menggunakan media sosial ataupun *e-commerce*.

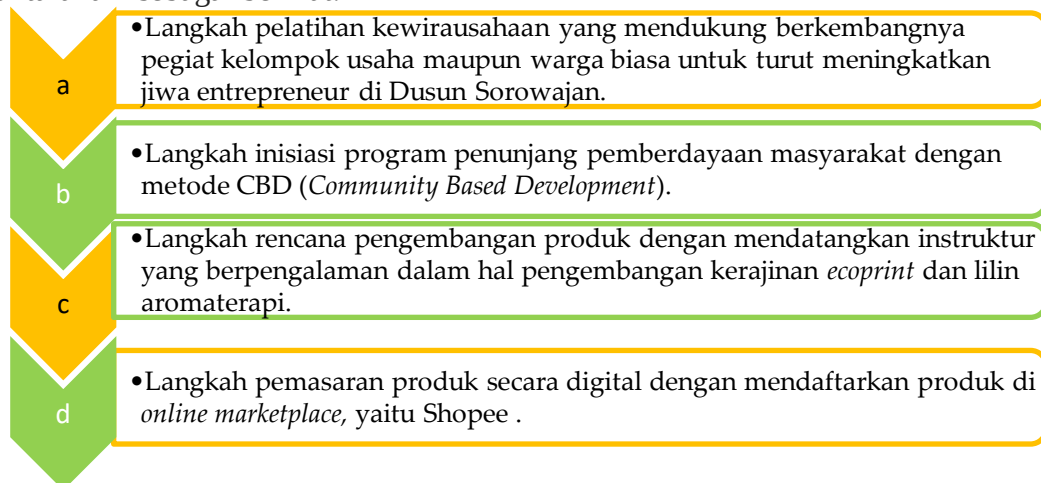
C. Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan pengabdian ini mempunyai karakteristik adanya partisipasi aktif dari masyarakat. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini secara berkala mendapatkan bimbingan dari dosen UMY, yaitu Dr. Dyah Titis Kusuma Wardani dan Dr. Endah Saptutyningsih. Dalam mengatasi persoalan dalam hal pemasaran, tim mendaftarkan Dasawisma Lily sebagai penjual (*seller*) di *marketplace* Shopee, dengan nama Lily Chandelier. Tim pengabdian akan mendatangkan instruktur yang berpengalaman dalam hal pengembangan kerajinan *ecoprint* dan lilin aromaterapi,

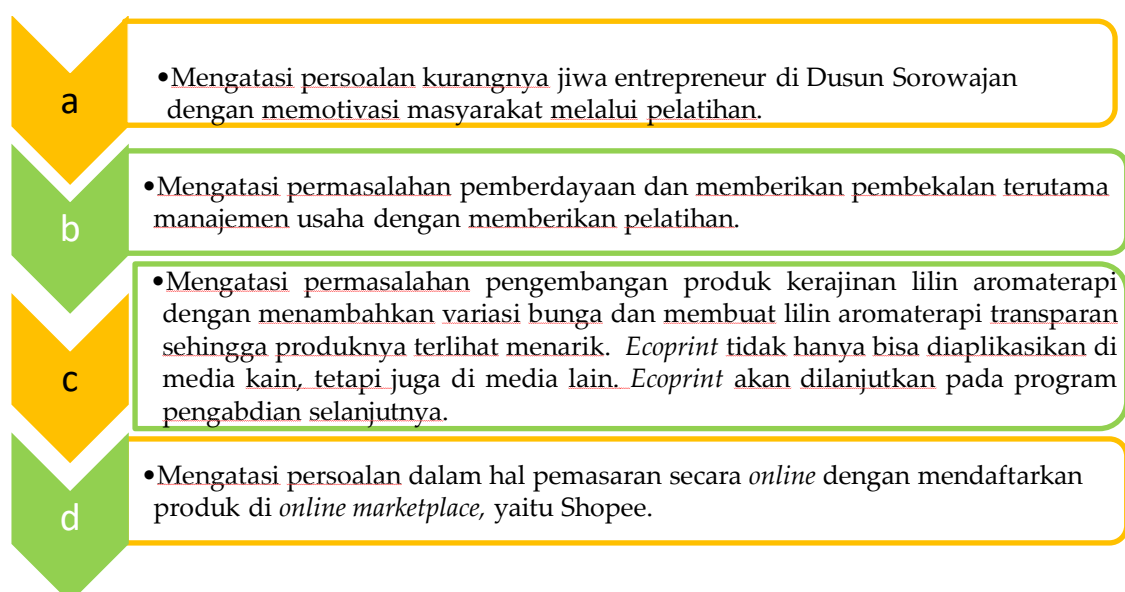
yaitu Ibu Esty Setyaningrum, M.Si sebagai rencana pengembangan dua produk tersebut. Selain itu, program ini juga akan membuat video dokumentasi pelatihan pemasaran *online*, sekaligus membuat video pembelajaran tentang pemasaran *online* menggunakan Shopee.

Evaluasi pelaksanaan program dapat dilakukan dengan sistem *pretest* sebelum dilaksanakan program dan *post-test* setelah dilaksanakannya program. Keberlanjutan program ini setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan akan sangat potensial, sebab ada hibah alat dan bahan (alat berupa *handphone* untuk pemasaran menggunakan *online marketplace*), juga ilmu berwirausaha sekaligus pemasaran digital yang bisadiberikan kepada ibu-ibu Dasawisma Lily.

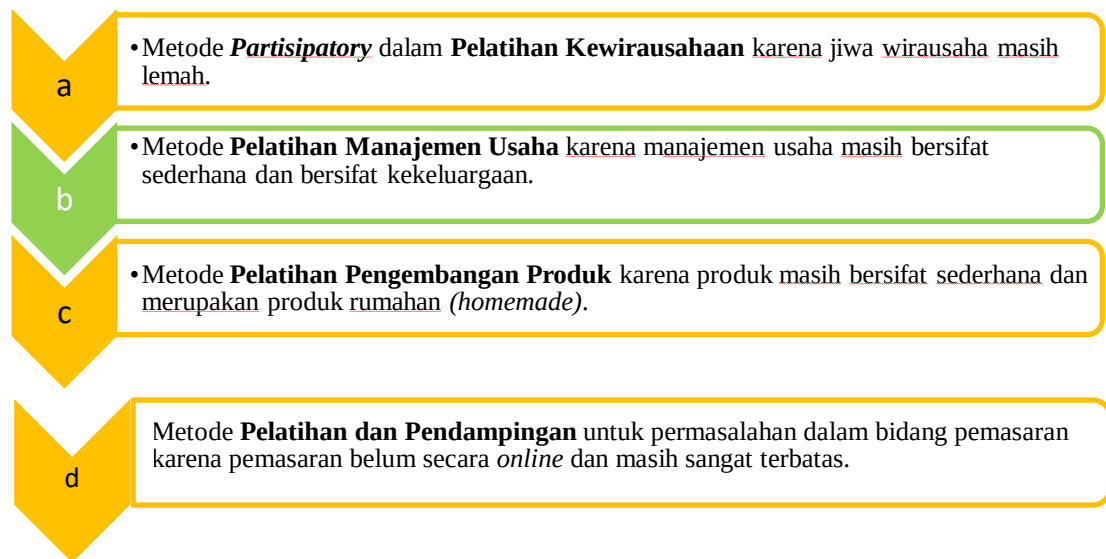
1. Tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini antara lain sebagai berikut.



2. Langkah-langkah solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra antara lain sebagai berikut.



3. Deskripsi lengkap bagian metode pelaksanaan untuk mengatasi permasalahan yakni sesuai tahapan berikut.



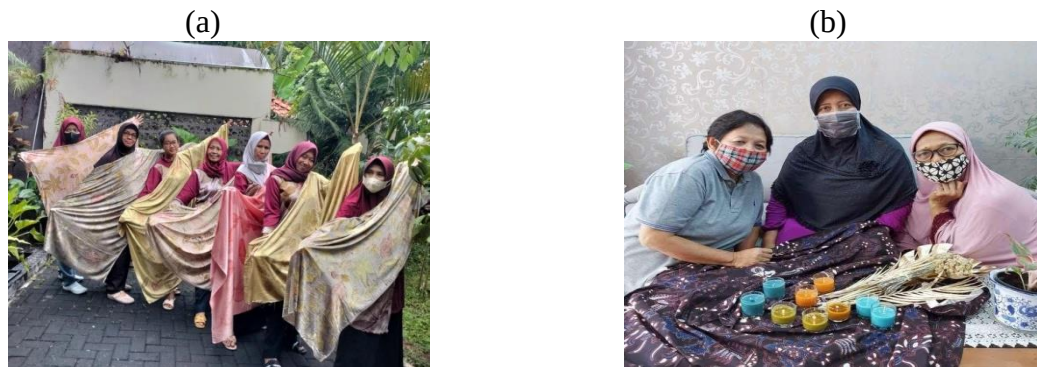
Mitra yang bergerak di bidang yang mengarah ke ekonomi produktif, partisipasi mitra dalam pelaksanaan program adalah dengan mengumpulkan ibu-ibu Dasawisma Lily untuk mengikuti program pelatihan entrepreneur dan pengembangan entrepreneur digital.

D. Pembahasan

Melihat peluang pasar yang ada berupa sekarang banyak sekali masyarakat terutama wanita yang peduli akan kesehatan dan estetika serta gaya hidup yang praktis, maka kesehatan merupakan salah satu hal terpenting yang tidak dapat lepas apalagi dengan pengaruh sosial media. Produk *ecoprint* memberikan sebuah nuansa baru bagi para ibu-ibu dalam berbusana. Lalu, terkait dengan lilin aromaterapi, dengan adanya khasiat dari lilin aromaterapi dapat memberikan nuansa yang nyaman dan meringankan saat dinyalakan di dalam ruangan. Lilin aromaterapi banyak digunakan sebagai gaya hidup sehat masyarakat modern perkotaan. Penulis memilih bisnis di daerah Yogyakarta karena melihat pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya serta prospek bisnis yang sangat baik dan dapat dibilang penduduk Kota Yogyakarta yang menyukai hal-hal praktis dan modern sehingga dapat mendukung bisnis yang akan dibuat.

Lily memiliki peluang pasar yang cukup besar mengingat adanya gaya hidup modern dan masyarakat sekarang memulai gaya hidup sehat dengan mempergunakan alat atau bahan yang natural dan mengikuti perkembangan global serta tren yang sedang populer di kalangan *influencer*. Aromaterapi yang mempunyai manfaat dapat menenangkan suasana hati dan pikiran yang lelah dapat membantu terapi instan yang dapat dilakukan dimana saja. Dengan demikian, ke depan akan semakin banyak dibutuhkan produk lilin aromaterapi ini. Adapun kegiatan dilaksanakan sebagai

berikut.

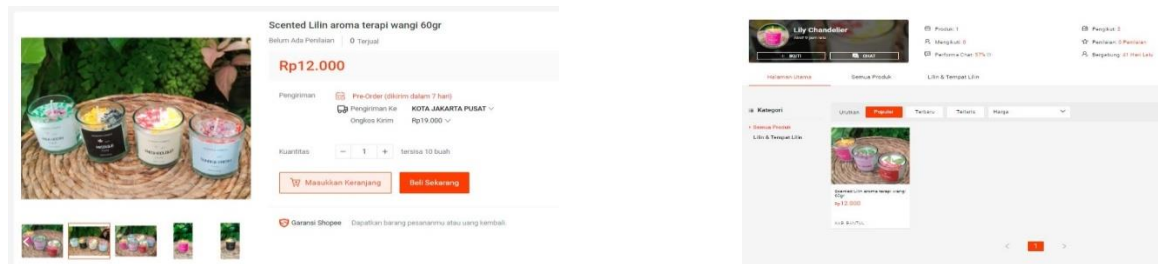


Gambar 1. (a) Produk Ecoprint (b) Lilin Aromaterapi Hasil Pengabdian



Gambar 2. Proses Produksi Lilin Aromaterapi

- Pelatihan yang mendukung berkembangnya pegiat kelompok usaha maupun warga biasa untuk turut meningkatkan jiwa entrepreneur di Dusun Sorowajan.
- Menginisiasi program penunjang lainnya dengan metode CBD (*Community Based Development*).
- Langkah pemasaran produk secara digital dengan mendaftarkan produk di *online marketplace* (Shopee).



Gambar 3. Tampilan Shopee Produk Lily Chandelier

- d. Langkah rencana pengembangan produk dengan mendatangkan instruktur yang berpengalaman dalam hal pengembangan kerajinan *ecoprint* dan lilin aromaterapi, yaitu Bu Esty Setyaningrum, S.E., M.Si.



Gambar 4. Pelatihan Pengembangan Pemasaran Melalui Online

- e. Evaluasi pelaksanaan program menggunakan *pretest* sebelum dilaksanakan program dan *post-test* setelah dilaksanakannya program.

Pre Test Pelatihan E-commerce Shopee

jejenjaenuhaq44@gmail.com (tidak dibagikan) Ganti akun

* Wajib

Nama *

Jawaban Anda

Asal *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

☐ Laki-laki

Gambar 5. Tampilan Form Pretest Pelatihan E-commerce Shopee

Post-test Pelatihan E-commerce Shopee

jejenjaenuhaq44@gmail.com (tidak dibagikan) Ganti akun

* Wajib

Nama *

Jawaban Anda

Asal *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Gambar 6. Tampilan Form Post-test Pelatihan E-commerce Shopee

- f. ubah alat dan bahan (alat berupa *handphone* untuk pemasaran menggunakan *online marketplace*)



Gambar 7. Pemberian Hibah Berupa *Handphone*

Pemasaran

Dalam rencana pemasaran, kami membuat market analisis berdasarkan 4P, yaitu *product, price, promotion, and place* yang akan dijelaskan sebagai berikut.

a. Segmentasi pasar

Pasar yang potensial dan kami targetkan sebagai konsumen utama produk ini adalah hotel, *café*, acara pernikahan (sebagai suvenir).

1. Product

Lily Chandelier merupakan prroduk lilin yang dipadukan dengan parfum aromaterapi yang memiliki fungsi untuk menghilangkan bau dan berfungsi untuk menghilangkan stres dan hiasan ruangan. Lilin dengan ukuran 5 cm x 6 cm ini di sajikan dengan warna lilin yang menarik dan banyak manfaat yang bisa dirasakan. Keunggulan utama dari produk kami yaitu harga yang ditawarkan lebih murah dari kompetitor, memiliki kualitas yang premium, pembeli dapat memilih bentuk dan warna yang diinginkan, menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi, serta memiliki manfaat yang bisa memberikan kesehatan dan kenyamanan.

2. Price

Harga yang ditawarkan dari produk ini cukup murah yaitu Rp 20.000/buah. Melihat pesaing lilin aroma terapi lain memiliki harga Rp40.000 sampai dengan Rp117.000 / buah.

3. Promotion

Promosi yang kami lakukan adalah dengan mengikuti event-event tertentu baik di daerah Yogyakarta maupun luar Yogyakarta, memberikan diskon 25% di *event-event*

tertentu, seperti pameran kerajinan yogya, pameran furniture yogya, serta memberikan *giveaway*. Selain itu, kami juga mempromosikan produk kami lewat media sosial khususnya instagram dan meng-*endorse* tokoh. Selain Instagram, kami juga melakukan penjualan melalui Tiktok, Whatsapp Businnes, Facebook dan YouTube.

4. *Place*

Tempat usaha Lily Chandelier dipusatkan di Kota Yogyakarta karena rumah produksi kami juga berlokasi di Yogyakarta, tepatnya di Dukuh Glugo, Panggunharjo, Bantul, DIY. *Lily Chandelier* menggunakan metode distribusi langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung, yaitu penjualan produk dengan sistem bekerja sama dengan toko-toko yang berada di wisata Yogyakarta sebagai oleh-oleh, dengan hotel dan penginapan yang berada di Yogyakarta sebagai hiasan ruangan serta menjadi suvenir. Distribusi tidak langsung, yaitu membuka peluang pengiriman barang melalui jasa pengiriman barang.

b. Sistem penjualan

Pelaksanaan penjualan dilakukan dengan melalui dua jalur, yaitu *online* dan *offline* sebagai berikut.

1. *Offline*

Pemasaran produk secara *offline* dengan melalui sistem kerja sama/bermitra dengan toko-toko yang berada di wisata Yogyakarta sebagai oleh-oleh, dengan hotel dan penginapan yang berada di Yogyakarta sebagai hiasan ruangan serta menjadi suvenir, menjual ke restoran-restoran yang berada di tempat wisata Yogyakarta terutama daerah kota seperti Malioboro, Alun-alun Kidul, Alun-alun Utara, dan restoran sekitar Tugu. Kami juga bekerja sama dengan *Wedding Organizer* (WO).

2. *Online*

Lily akan dipasarkan melalui berbagai *e-commerce* terkenal di Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Selain itu, kami juga menjual produk kami via Whatsapp (WA), Facebook Ad (*Business*), alasan menggunakan Facebook karena Facebook merupakan media sosial yang penggunaanya berasal dari kalangan anak-anak maupun dewasa, dan Instagram (IG), Produk Ecoprint dan Lilin Aromaterapi juga akan dipasarkan menggunakan strategi pemasaran kontemporer seperti *paid-promotion* di IG yang dimana kami mengambil akun yang memiliki *follower* minimal 5.000 karena

semakin banyak yang mengikuti semakin banyak juga potensi orang akan membeli dan Tiktok dengan menggunakan konten-konten menarik selain itu jugakami akan bekerja sama dengan influencer terkenal yang berhubungan dengan produk kami.

Prospek Pengembangan Usaha

Berkembangnya usaha lilin aromaterapi di Yogyakarta didukung oleh beberapa keadaan seperti: 1) mulai berubahnya persepsi masyarakat terhadap kenyamanan dan keindahan yang didapatkan dari lilin aromaterapi, banyak manfaat yang didapatkan sehingga ini bisa menjadi potensi besar dan memiliki prospek yang bagus ke depannya.

Prospek yang bagus ini membuat beberapa pengusaha gencar memproduksi lilin aromaterapi di Yogyakarta. Oleh sebab itu, diperlukan adanya inovasi untuk tetap eksis dalam dunia kerajinan atau suvenir satu ini. salah satu inovasi/pengembangan produk yaitu dengan membuat tampilan yang khas dan memiliki bentuk yang indah. Di bawah ini merupakan gambar dari Lily Chandelier lilin aromaterapi.



Gambar 8. Lilin Aromaterapi dengan Merek Lily Chandelier

Selain itu, kami juga akan mulai membuat bentuk-bentuk yang unik dan lebih nuansa alam seperti memakai batok kelapa. Dengan adanya usaha ini diharapkan dapat membantu pemenuhan kesehatan dan pengurangan stres dari masyarakat Indonesia sehingga secara tidak langsung usaha kami ikut andil dalam mengurangi tingkat 18 kesehatan di Indonesia.

Aspek Keuangan

a) Biaya Investasi

Tabel 1 Kebutuhan Dana untuk Investasi

Uraian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Nilai Investasi (Rp)	Penyusutan Per Bulan (Rp)
---------------	------------------	--------------------------	-----------------------------	----------------------------------

Kompor gas 2 tungku	1	286.500	286.500	7.958
Selang kompor gas	1	65.000	65.000	5.416
Handphone	1	1.000.000	1.000.000	20.833
Jumlah		1.351.500	1.351.500	20.900

b) Biaya Operasional

Tabel 2. Biaya Variabel Lily

Biaya Variabel untuk 500 pcs Lilin Aromaterapi Per Bulan				
No	Uraian	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Gelas	500 pcs	2.000	1.000.000
2	Parafin	25 kg	35.000	875.000
3	Umbu+Pemberat	500 pcs	700	350.000
4	Gas	12kg	23.000	276.000
TOTAL				2,501.000

Tabel 3. Biaya Tetap Lily

Biaya Tetap Produk Per Bulan	
Uraian	Harga (Rp)
Biaya pemasaran	300.000
Penyusutan	20.900
Internet	250.000
Bensin	300.000
TOTAL	Rp 870.900

c) Proyeksi Laba Rugi

Tabel 4. Proyeksi Laba Rugi Lily Chandelier Per Bulan

Uraian	Jumlah (unit)	Harga Jual (Rp)	Total (Rp)
Penjualan produk	500	20.000	10.000.000
Biaya operasional			
Biaya variabel			2,501.000
Biaya tetap			870.900
Total biaya operasional			3.371.900
Laba			6.628.100

d) Analisis HPP

HPP (Harga Pokok Produk) per produk adalah:

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= \frac{\text{TVC}}{\text{Total Produksi}} + \frac{\text{TFC}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{2,501.000}{500} + \frac{870.900}{500} \\ &= 5.002 + 1.742 \\ &= 6,744 \end{aligned}$$

e) Analisis BEP

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \text{biaya tetap}/(\text{harga produk}-\text{biaya variabel per unit}) \\ &= 870.900/(20.000-6.744) \\ &= 870.900/13,256 \\ &= 66 \text{ unit} \end{aligned}$$

Berdasarkan analisis tersebut, diketahui bahwa *breakeven point* (BEP) dapat dicapai pada penjualan produk selama satu bulan adalah 66 unit. Hal tersebut berarti kami harus mencapai target penjualan minimal 66 unit per bulannya. Jika tim dapat menjual lebih dari 66 unit maka akan mendapatkan keuntungan.

f) R/C Rasio

$$\begin{aligned} R/C &= \frac{\text{Penerimaan}}{\text{Total biaya}} \\ R/C &= \frac{10.000.000}{3.371.900} \\ \frac{R}{C} &= 2,9 \end{aligned}$$

Rasio 2,9 tersebut memiliki arti bahwa usaha ini layak untuk dijalankan. Hal ini berarti setiap Rp2.000.000 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp2.900.000.

g) Proyeksi Keuangan Selama 1 Tahun

Berikut tabel estimasi proyeksi keuangan selama 1 tahun dengan asumsi pertumbuhan usaha sebesar 5% per bulannya dan target penjualan pada 3 bulan pertama sebanyak 500 pcs.

Tabel 5 Cash Flow Selama 1 Tahun

Uraian	Triwulan 1 (Rp)	Triwulan 2 (Rp)	Triwulan 3 (Rp)	Triwulan 4 (Rp)
Saldo kas awal	-	-3.605.000	-1.713.000	1.302.000
Penerimaan				
Penjualan produk	6,400.000	11.464.000	13.408.000	16.064.000

Pengeluaran				
Aktivitas investasi				
Kompor gas 2 tungku	286.500			
Selang kompor gas	65.000			
<i>Handphone</i>	1.000.000			
Aktivitas produksi	50.000	100.000		
Biaya promosi	10.005.000	9.572.000		

Uraian	Triwulan 1 (Rp)	Triwulan 2 (Rp)	Triwulan 3 (Rp)	Triwulan 4 (Rp)
Pemasaran	-3.605.000	-1.713.000	900.000	900.000
Pembayaran internet			250.000	250.000
Pembelian bensin			900.000	900.000
TOTAL			10.393.000	11.036.000
Saldo Kas Akhir			1.302.000	6.330.000

E. Kesimpulan

Pengabdian masyarakat menggunakan teknologi informasi dan *platform* berbasis *online marketplace* ini dapat melatih dan meningkatkan *hard skill* ibu-ibu Dasawisma dalam memasarkan produk di *marketplace* dengan menggunakan Shopee (Lily Chandelier) serta menggunakan media sosial lainnya seperti Instagram (@lily.chandelier), Tiktok (Lily Chandelier), Whatsapp Business, Facebook (Lily Chandelier) dan YouTube (Unique Lily EcoCraft). Dengan demikian, adanya pengabdian ini dapat mengoptimalkan pemasaran kerajinan ibu-ibu Dasawisma Lily yang berupa kain bermotif *ecoprint* dan lilin aromaterapi di Dusun Sorowajan. Pengabdian ini juga membantu ibu-ibu Dasawisma Lily untuk menyesuaikan dengan perkembangan revolusi industri 4.0.

F. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami sampaikan kepada LP3M UMY yang telah mendukung tim pengabdian masyarakat UMY melalui SK Nomor: 87/A.3-RA./LPM/II/2022 tentang Penerimaan Pendanaan Pengabdian kepada Masyarakat Program Peningkatan Tridharma Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Tahun 2021/2022 Batch 2, yang telah memberikan dana Hibah Program Kemitraan Masyarakat ini, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih juga kami ucapkan kepada Ibu Drs. Veronica Dwihening selaku ketua Dasawisma Lily dan segenap ibu-

ibu Dasawisma Lily yang telah mendukung pelaksanaan program pengabdian Kampungpreneur Digital: Pemberdayaan Kampung dalam Meningkatkan Industri Kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- International Labour Organization. (2017). *Pelatihan Keterampilan Pedesaan: Manual Generik Pelatihan untuk Pemberdayaan Ekonomi Pedesaan (TREE)*.
- Maulida E, P, H., Nuzulul 'A, V., Sholeha, Rofiatus., Hilmi, Danial.(2020).Video Based Learning Sebagai Tren Media Pembelajaran Di Era 4.0. *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Ilmiah* Vol. 5 No. 1 (Juni) 2020 Hlm 1 – 24
- Rizka, L. (2014). *Pengertian Lilin Aromaterapi. (Online)*. Diakses dari <http://aromawangiwan.blogspot.co.id/2014/09/pengertian-produk-kerajinan-lilinaroma.html>. Diakses 29 Agustus 2017.
- Shofi, M (2019). Pemberdayaan Anggota PKK Melalui Pembuatan Lilin Aromaterapi. *Journal of Community Engagement and Employment*. 1(1), 40-46.
- Sri,W, T., Mutmainah, Siti.2020.Karakteristik Karya Ecoprint Natural Dye Pada Kulit Di Rumah Batik Hardini Papar-Kediri. *Jurnal Seni Rupa*, Volume 8 Nomor 2 Tahun 2020, 194–207.
- Sahi, I, Molamahu, A.A., Noho, A., Abas, R. N. R., Malingkonor, A.dan Bempa, S. H. (2017). *Esterifikasi Minyak Goreng Bekas Pada Pembuatan Lilin Aromaterapi. Pengantar Rekayasa & Desain*. Jurusan Kimia, FMIPA, Universitas Negeri Gorontalo (UNG), Kota Gorontalo.
- Saptutyningsih, E., & Wardani, D.T.K (2019). Pemanfaatan Bahan Alami Untuk Pengembangan Produk Ecoprint Di Dukuh Iv Cerme, Panjatan, Kabupaten Kulonprogo. *WARTA LPM*, 22(1), 18-26
- Suryani, E., Diswandi, D., Furkan, L. M., Smith, M. A. N. A., & Ali, M. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Desa Demi Terwujudnya Agrowisata Desa Saribaye Kecamatan Lingsar. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(3). <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v4i3.977>
- Tirtasari, N. dan Aji, H.S. (2018). Lilin Aromaterapi dari Ekstrak Tumbuh-tumbuhan di sekitar Laboratorium Biologi Unnes. *Rekayasa* Vol. 16 No. 1, pp. 23-2.