

Peningkatan Kapasitas Pengrajin Songkok Guru (Produksi dan Pasca Produksi) di Desa Popo Kecamatan Galesong Selatan

Zulkifli Mappasomba^{1*}, Muhammad Nurhidayat², Rafdi Ainurridho Yusron³

^{1,2,3}Program Studi perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

*e-mail: zulkifli_mps@unismuh.ac.id¹

Abstrak

Desa Popo, Kabupaten Takalar, melalui pendekatan produksi dan pasca produksi yang berkelanjutan. Permasalahan utama meliputi keterbatasan manajemen produksi, pemasaran konvensional, desain produk tradisional, serta pemanfaatan limbah yang belum optimal. Metode pelaksanaan mencakup: (1) musyawarah program untuk identifikasi kebutuhan, (2) pelatihan desain kreatif berbasis kecerdasan buatan (AI), (3) pelatihan pemasaran digital dan pembuatan platform promosi digital, serta (4) pemanfaatan limbah menjadi produk bernilai ekonomi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan pengrajin, terbentuknya Kelompok Usaha Kerajinan Bersama (KUKB), serta pengembangan website pemasaran (kuktcayahaterang.com). Hasil kegiatan menunjukkan seluruh peserta berhasil membuat desain inovatif, 71% telah aktif memasarkan produk secara online, 64% mampu memanfaatkan limbah menjadi kerajinan baru, dan terbentuknya kelembagaan usaha bersama yang terhubung dengan media promosi digital. Dampak dari kegiatan ini terlihat pada meningkatnya pengetahuan dan keterampilan teknis pengrajin, perluasan jangkauan pasar, peningkatan nilai tambah dari produk limbah, serta munculnya semangat kolaborasi melalui kelompok usaha formal yang mendukung keberlanjutan produksi dan pemasaran. Kegiatan ini memperkuat posisi pengrajin sebagai pelaku ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

Kata Kunci: Limbah, Pemberdayaan, Produksi, Pemasaran, Songkok Guru

Abstract

Popo Village, Takalar Regency, through sustainable production and post-production approaches. The main problems include limited production management, conventional marketing, traditional product design, and unoptimal waste utilisation. The implementation method includes: (1) programme deliberation for needs identification, (2) artificial intelligence (AI)-based creative design training, (3) digital marketing training and digital promotion platform creation, and (4) waste utilisation into economic value products. The results showed a significant increase in the knowledge and skills of the craftsmen, the formation of a Joint Craft Business Group (KUKB), and the development of a marketing website (kuktcayahaterang.com). The results of the activity showed that all participants were able to create innovative designs, 71% had actively marketed their products online, 64% were able to utilise waste into new crafts, and the formation of a joint business institution connected to digital promotional media. The impact of this activity can be seen in the increased knowledge and technical skills of craftsmen, the expansion of market reach, the increase in added value of waste products, and the emergence of a spirit of collaboration through formal business groups that support the sustainability of production and marketing. This activity strengthens the position of artisans as creative economic actors based on local culture.

Keywords: Empowerment, Marketing, Production, Songkok Guru, Waste

1. PENDAHULUAN

Pengabdian Masyarakat menjadi tujuan dari tri dharma perguruan tinggi di Indonesia, untuk mengaplikasikan ilmu, teknologi, dan keterampilan yang dimiliki oleh dosen dan mahasiswa dalam membantu masyarakat menyelesaikan masalah, meningkatkan kesejahteraan, dan memberdayakan masyarakat (Ferry Cahaya et al., 2022) (Sulistyaningsih, 2021). Dalam hal ini, kendala masyarakat yang dihadapi adalah faktor keberdayaannya dalam produksi dan pemasaran sehingga perlu peningkatan kapasitas (Zukri et al., 2023), seperti yang terdapat di Desa Popo yang terletak di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar, terdapat pengrajin songkok, khususnya songkok “Guru’ atau dikenal juga sebagai songkok “Recca”. Meski memiliki

potensi yang besar, para pengrajin songkok di Desa Popo menghadapi permasalahan yang menghambat perkembangan usaha mereka dan mengurangi daya saing produk di pasar. Padahal untuk mencapai potensi maksimal, perlu adanya inovasi dalam manajemen produksi, pemasaran, desain produk dan pengemasan, promosi, dan inovasi untuk menghadapi persaingan dengan produk-produk modern (Quaye & Mensah, 2019) (Ahmed et al., 2020). Berdasarkan data dan gambaran awal dari observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa jumlah pengrajin songkok di Desa Popo berkisar 53 orang dengan usia produktif antara 25-50 tahun. Mereka rata-rata mampu memproduksi 10-15 buah songkok per bulan.

Songkok guru adalah tutup kepala khas Sulawesi Selatan yang di anyam dari serat lontar (daun palem) disertai variasi benang emas atau kawat tembaga bahkan emas murni (Jumadi et al., 2023). Songkok Guru merupakan produk khas lokal yang memiliki nilai budaya dan sejarah bagi masyarakat Makassar khususnya masyarakat Sulawesi Selatan (A.Bakty et al., 2024). Pada masa lalu, Songkok ini dikenakan oleh pemimpin adat, ulama, dan tokoh masyarakat sebagai tanda kebesaran. Hingga kini, Songkok Guru tetap digunakan dalam acara adat, keagamaan, dan upacara formal, sehingga mempertahankan posisinya sebagai simbol budaya yang sangat dihargai (Hasnani Siri et al., 2023; Jumadi et al., 2023).

Saat ini, para pengrajin songkok di Desa Popo masih bekerja secara tradisional. Mereka belum memiliki organisasi atau lembaga yang dapat mengoordinasikan aktivitas produksi dan pemasaran secara efisien. Kondisi ini menyebabkan para pengrajin bekerja secara individual tanpa adanya kerjasama atau kolaborasi yang kuat, sehingga mengurangi produktivitas dan efisiensi kerja. Selain itu, para pengrajin masih belum terampil memasarkan produk. Para pengrajin hanya memasarkan produknya secara konvensional, seperti menjual langsung kepada konsumen berdasarkan pesanan. Akibat dari keterbatasan ini, jangkauan pasarnya terbatas sehingga produk belum dapat pasarkan secara luas (Dewi, 2024; Lubis et al., 2025; Yadav et al., 2022). Hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran modern sehingga mengakibatkan harga jual yang murah, terbatas dan berdampak keuntungan yang tipis (Mahyuni et al., 2020).

Tantangan utama yang dihadapi oleh mitra ini meliputi manajemen produksi dan kemampuan pemasaran yang tidak memadai, kekurangan dalam diversifikasi desain produk, pemanfaatan limbah pasca produksi yang tidak efektif, dan tidak adanya kerangka kerja kelembagaan yang dapat secara efektif mengoordinasikan upaya bisnis kolektif. Hasil dari survei dan pengamatan lapangan yang dilakukan pada Januari 2025 yang melibatkan 53 pengrajin aktif mengungkapkan bahwa keunggulan masih terlibat dalam metode produksi tradisional, tidak memiliki strategi pemasaran digital, dan terutama bergantung pada pesanan langsung untuk penjualan. Output produksi terbatas hanya 5 hingga 10 unit per bulan per pengrajin. Selain itu, 85% pengrajin tidak menyimpan catatan bisnis, dan mayoritas tetap tidak menyadari bagaimana memanfaatkan platform digital seperti media sosial, pasar online, situs web.

Selain itu, model dan desain yang diproduksi para pengrajin cenderung sederhana, sehingga kurang menarik dan kurang diminati konsumen yang menginginkan nilai variasi seni yang tinggi. Padahal kecanggihan kecerdasan buatan atau AI sangat memungkinkan masyarakat dapat berkreasi mencari berbagai model dan desain yang menarik dengan bantuan AI (Liu et al., 2023). Masalah lainnya adalah kecenderungan pasar saat ini lebih didominasi pasar online. Sayangnya, pengetahuan yang terbatas dan akses menggunakan teknologi digital membuat pengrajin songkok di Desa Popo tidak dapat memanfaatkan peluang di era digital saat ini. Ketidakmampuan menggunakan platform digital untuk mempromosikan dan menjual produk secara online berakibat produk tidak dikenal luas dan pasarnya sangat terbatas (Suarmaja et al., 2021). Ditambah lagi, modal yang digunakan oleh pengrajin kebanyakan berasal dari pinjaman bank atau koperasi. Akibatnya, hasil dari pendapatan penjualan sebagian besar hanya digunakan untuk membayar cicilan pinjaman, maka dengan demikian para pengrajin tidak memiliki dana yang cukup untuk mengembangkan usahanya. Satu lagi permasalahannya adalah limbah sisa pembuatan songkok ini cenderung tidak dimanfaatkan untuk membuat aneka kerajinan tangan yang bernilai ekonomi. Limbahnya dibuang begitu saja atau dibakar, padahal limbah sisa produksi sangat potensial digunakan kembali untuk membuat produksi kreatif yang dapat di manfaatkan selain dari pembuatan songkok guru sebagai komoditas utama masyarakat

pengrajin. Situasi demikian yang diungkapkan, Simamora (2025) tentang kekurangan dalam inovasi desain dan pemasaran secara langsung berkontribusi pada berkurangnya daya saing produk kerajinan tangan di pasar nasional. Selain itu, sisa limbah dari proses kerajinan, seperti sisa serat kayu, dibuang atau dibakar, terlepas dari potensi ekonominya jika dikelola secara kreatif (Simamora et al., 2025).

Karena kegiatan ini fokus pada pengabdian masyarakat, sehingga memiliki keterkaitan dengan program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) dan Indikator Kinerja Utama (IKU) yang berfokus pada aspek memberdayakan ekonomi lokal. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan para pengrajin songkok di Desa Popo dalam suatu wadah kelompok kerja dengan tujuan meningkatkan keterampilan produksi, pemasaran, dan manajemen usaha, sehingga mereka dapat berkembang menjadi pengusaha yang mandiri dan berdaya saing tinggi dimana kampus menjadi katalisator penggerak keberdayaan masyarakat. Maka dari itu, peran kampus dalam hal ini dosen dan mahasiswa dapat menjadi eskalator kebangkitan ekonomi dan keberdayaan masyarakat sebagai indikator kinerja.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk pemberdayaan kapasitas dan ekonomi masyarakat, peningkatan kompetensi mahasiswa, dan menerapkan manajemen produksi yang berkelanjutan. Pada aspek pemberdayaan ekonomi, tujuan dari program ini adalah mengembangkan keterampilan pengrajin agar memiliki daya saing dan lebih produktif dalam menciptakan masyarakat yang mandiri dan sejahtera. Selain itu, keterlibatan mahasiswa pada program ini akan menjadi sarana belajar mandiri dan berperan sebagai fasilitator dalam memberikan pendampingan, pelatihan, serta merancang pola strategi yang tepat digunakan untuk pemasaran, dengan tujuan meningkatkan keterampilan serta kompetensi mereka dibidang kewirausahaan. Maka dengan memberdayakan para pengrajin di Desa Popo, harapan dari program ini mampu mendukung dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, program ini memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian pada aspek pengabdian masyarakat dosen, keterlibatan mahasiswa dalam program pengembangan, serta meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pendekatan kewirausahaan.

2. METODE

Metode pelaksanaan program pemberdayaan pengrajin di Desa Popo, Kecamatan Galesong Selatan, Kabupaten Takalar, dilakukan dengan tahapam strategi implementasi melalui beberapa prosedur yang sistematis dan sesuai dengan pendekatan metodologis. Pada pelaksanaan kegiatan ini, bahan yang digunakan selama pelatihan berupa proyektor yang berguna untuk menjelaskan materi, kemudian materi kegiatan yang diserahkan kepada peserta yang berisi contoh desain produk yang kekinian, materi pemanfaatan limbah sisa produksi kerajinan yang disertai contoh produksi dengan memanfaatkan kecdrdasan buatan untuk membuat desain yang inovatif. Metode ini digunakan untuk mengatasi masalah pada bidang produksi dan pemasaran serta pemanfaat limbah pasca produksi yang selma ini dibuang atau dibakar.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada tanggal 22 Februari 2025 di kolong rumah ketua LPM Desa Popo. Pelaksanaan kegiatan dimulai pada jam 09.00 sampai jam 16.00. Kegiatan PKM ini melibatkan 28 pengrajin anyaman lontar songkok guru, 1 perangkat desa, 2 pengurus LPM. Kegiatan ini diawali dengan Pembukaan dan sambutan dari kepala desa dan ketua LPM. Zselanjutnya dilakukan pemaparan materi dan diskusi tentang berbagai aspek yang relevan dengan pengembangan kerajinan anyaman songkok guru serta pemanfaatan limbah sisa kerajinan yang selama ini dibuang begitu saja. Adapun metode dan tahapan pelaksanaannya yang digunakan meliputi:

2.1. Musyawarah Program

Pada tahapan awal dilakukan persiapan dan perencanaan yang diidentifikasi sebelumnya dengan cara mengidentifikasi pengrajin yang akan menjadi bagian dari program. Kemudian melakukan pertemuan (musyawarah) awal untuk menjelaskan tujuan, maksud dan

keunggulan program pengabdian ini. Kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan survei awal sebelum dilaksanakan pelatihan peningkatan kapasitas dengan para pengrajin untuk memastikan persyaratan yang tepat selama proses pelaksanaan, termasuk peralatan yang dibutuhkan dan tenaga teknis tambahan yang dibutuhkan.

2.2. Pelatihan Desain Kreatif

Pada tahapan ini diadakan sesi brainstorming dengan para pengrajin dengan cara mendatangkan desainer lokal untuk menciptakan konsep baru sehingga menghasilkan desain yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan pangsa pasar. Langkah berikutnya adalah pembuatan prototipe sebagai upaya membantu pengrajin dalam mengembangkan “merek” atau nama produk dari desain buatannya yang akan diluncurkan di pasaran. Peserta dikenalkan pada penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk mengembangkan desain produk songkok guru yang lebih inovatif. Sesi ini dipandu oleh narasumber dari kalangan desainer lokal dengan demonstrasi pencarian desain menggunakan aplikasi berbasis AI (seperti Canva AI dan Bing Image Creator).

2.3. Pelatihan Pemasaran Pemasaran Digital

Pada sesi pelatihan selanjutnya, pengrajin diajarkan tentang teknik pemasaran online, teknik branding, dan penggunaan media sosial dalam konteks pemasaran digital. Pada sesi ini juga, pengrajin diarahkan untuk berpartisipasi pada sistem pemasaran online dengan memberi mereka pemahaman tentang teknik membuat konten yang menarik dan memasarkan produk dengan baik. Materi ini mencakup teknik dasar pemasaran online, pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook), serta langkah-langkah membangun identitas produk (branding) agar lebih menarik. Peserta juga diajak membuat akun bisnis dan mempelajari cara mengunggah konten produk.

2.4. Pengembangan Platform Digital

Pengembangan Situs Web dikerjakan untuk membangun platform digital yang mudah digunakan dan menampilkan informasi detail tentang produk para pengrajin. Setelah situs web nya selesai, dilanjutkan dengan menunjuk salah satu anggota komunitas yang dianggap dapat menjadi admin, dengan melatih terlebih dahulu tentang cara memperbarui informasi produk pada situs web.

2.5. Pengelolaan limbah kerajinan songkok

Pada tahap ini, pengrajin diarahkan untuk memikirkan limbah sisa hasil kerajinan songkok untuk membuat aneka kerajinan tangan yang menarik menggunakan sisa bahan atau limbah agar bermanfaat dan bernilai ekonomis.

2.6. Pembentukan Kelembagaan Usaha Bersama (KUKB)

Sebagai tindak lanjut, peserta mendirikan Kelompok Usaha Kerajinan Bersama (KUKB) dengan struktur pengurus yang demokratis. KUKB diharapkan menjadi wadah koordinasi produksi, distribusi, dan promosi usaha kerajinan secara kolektif.

2.7. Evaluasi kegiatan

- a. Pre-test dan post-test singkat yang mengukur pengetahuan dasar tentang pemasaran digital dan inovasi desain
- b. Wawancara langsung dengan beberapa peserta terpilih untuk mengevaluasi manfaat kegiatan
- c. Angket kepuasan peserta pada akhir sesi pelatihan, untuk menilai aspek penyampaian materi, relevansi, dan manfaat praktis
- d. Observasi perubahan perilaku dan penerapan hasil pelatihan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul “Peningkatan Kapasitas Pengrajin Songkok Guru (produksi dan pasca produksi)” telah membuka pandangan dan paradigma pengrajin yang selama ini bersifat tradisional dan konvensional dan dilakukan baik secara individu maupun komunitas yang tidak resmi dan terorganisir. Adapun beberapa langkah strategis telah dilaksanakan selama pelaksanaan kegiatan dalam hal ini adalah :

3.1. Musyawarah Program

Pada tahap pelaksanaan ini, para peserta menunjukkan tingkat antusiasme yang besar sejak awal, sebagaimana dilihat dari sesi awal di mana para pengrajin terlibat dalam diskusi dan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan tantangan dan kendala yang mereka temui selama ini. Tantangan itu terdiri dari aspek pemasaran dan permodalan, di mana para pengrajin kesulitan untuk mendapatkan akses pendanaan untuk meningkatkan usahanya. Parahnya lagi, modal awal untuk membuat didapatkan dari penijaman yang berbunga dan koperasi atau rentenir, sehingga pengrajin kesulitan dalam peningkatan ekonomi. Musyawarah Awal dan Survei Penilaian awal yang melibatkan 28 pengrajin mengungkapkan bahwa hanya 3 orang (11%) yang memiliki pemahaman tentang paradigma pemasaran digital, dan tidak ada yang sebelumnya terlibat dengan aplikasi perangkat lunak desain modern. Selain itu, tidak adanya kolektif bisnis yang diformalkan telah mengakibatkan kegiatan produksi dilaksanakan dengan cara yang terfragmentasi dan tidak terkoordinasi.

3.2. Pelatihan Desain Kreatif Berbasis AI

Paparan materi yang disajikan telah memberikan perspektif baru bagi para pengrajin. Hal ini karena materi yang disampaikan selama sesi berlangsung sangat relevan dengan kebutuhan mereka, mulai dari pengetahuan tentang prospek pasar hingga teknik produksi yang lebih efisien dan kreatif dengan menggunakan sarana artificial intelligence (AI) sebagai alat yang dapat membantu untuk mencari ide desain. Terlihat saat para pengrajin menunjukkan perhatiannya pada materi yang berkaitan dengan desain dan estetika, di mana mereka menyadari pentingnya mengembangkan produk yang memiliki fungsionalitas dan daya tarik visual. Pelatihan Desain Kreatif Berbasis AI Setelah pelatihan, semua peserta (100%) menunjukkan kemampuan untuk menghasilkan desain songkok menggunakan aplikasi AI seperti Canva dan Bing Image Creator. Peningkatan output kreatif ini berfungsi sebagai indikator menonjol dari evolusi inovasi desain dari metodologi tradisional menuju ekspresi estetika yang beragam dan kontemporer.



Gambar 1. Suasana paparan materi peningkatan kapasitas para pengrajin. (a dan b). Peserta menfengarkan paparan materi,
Sumber: Dokumentasi pelatihan, 2025

Paparan materi juga disajikan dalam penerapan platform digital untuk pemasaran online sebagai cara berjualan bagi pengrajin untuk memperluas jangkauan pasar, yang selama ini hanya disepertakan wilayahnya, padahal jangkauan pasar nasional dan internasional dapat dilakukan dengan menerapkan media digital. Dari materi ini, para pengrajin memperoleh keterampilan dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk mempromosikan dan mendistribusikan produk kerajinan songkok guru secara efektif. Sejumlah

pengrajin bahkan secara proaktif berusaha menerapkan pengetahuan yang baru diperoleh dengan membuat profil media sosial untuk menampilkan hasil kerajinan.

Pelatihan Pemasaran Digital Akibatnya, 20 dari 28 peserta (71%) berhasil membangun akun media sosial untuk mempromosikan produk mereka secara mandiri. Mereka memperoleh keterampilan dalam perumusan konten visual, pembuatan teks yang menarik, dan penerapan strategi penjadwalan unggahan untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Membuat Situs Promosi Produk Situs web www.kuktcayahayaterang.com telah dikembangkan secara efektif, menampilkan 15 jenis produk berbeda dari 11 pengrajin aktif. Situs web ini sekarang berdiri sebagai platform promosi digital utama dan telah menarik calon pembeli dari daerah di luar daerah setempat.



(a)



(b)

Gambar 2. Paparan materi dari a). prospek pemasaran digital produk kerajinan, b). teknik pembuatan aneka kerajinan dari limbah kerajinan songkok guru.

Sumber: Dokumentasi pelatihan, 2025

Program pengabdian masyarakat ini tidak hanya menghasilkan manfaat dalam hal meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tetapi juga memberikan pengaruh yang bermanfaat pada dimensi sosial dan ekonomi penduduk di Desa Popo. Para pengrajin mampu mengekspresikan tingkat kepercayaan dan motivasi yang besar untuk memajukan kelompok usaha mereka. Selain itu, pengrajin merasa mendapatkan pengakuan yang lebih besar sebagai pelestari warisan budaya dari para leluhurnya yang tidak dimiliki bangsa lain (Mappasomba, 2023).

Upaya ini semakin memperkuat jaringan kolaborasi antara pengrajin, aparat desa, dan Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM). Peserta yang hadir dalam diskusi berbagi informasi dan pengalaman sambil juga mempertimbangkan prospek kerjasama dalam kemajuan kerajinan songkok guru dan pemanfaatan limbah untuk dibuat aneka kerajinan tangan yang bernilai ekonomi. Manfaat ini sebagai upaya peningkatan kemampuan pengrajin yang berkorelasi dengan peningkatan pendapatan mereka dan kesejahteraan secara keseluruhan. Dengan kualitas produk yang inovatif dan kehadiran pasar secara *online* yang diperluas, mereka mampu memperkuat penjualan hasil kerajinan secara berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan Suarmaja dkk. (2021), yang memastikan bahwa penerapan aspek pemasaran digital memberikan pengaruh yang menguntungkan pada peningkatan penjualan dan perluasan jangkauan pasar untuk produk lokal. Dalam lingkungan yang khusus pada pengrajin songkok di Desa Popo, integrasi platform media sosial dan pembentukan situs web promosi telah menunjukkan kemampuan dalam mengubah strategi pemasaran dari cara tradisional ke model digital. Ini juga melambangkan evolusi usaha konvensional disaat mereka berusaha menyesuaikan diri dengan ruang digital yang semakin lazim.

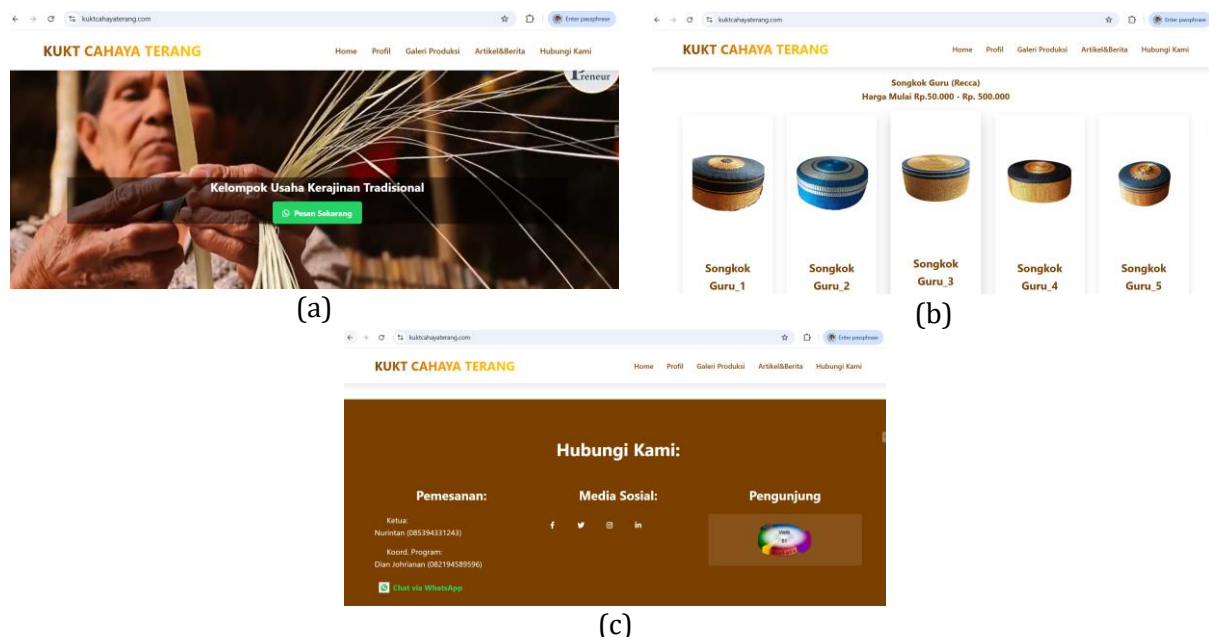
Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Indrasari dkk. (2024) membuktikan bahwa keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM) dalam mencapai keunggulan kompetitif sebagian besar bergantung pada kapasitas mereka untuk inovasi dalam desain produk dan branding. Hasil dari upaya ini mengungkapkan bahwa melalui pelatihan yang didasarkan pada kecerdasan buatan, pengrajin diberdayakan untuk merancang desain baru yang menunjukkan daya tarik pasar (Indrasari et al., 2024). Sebelum dimulainya kegiatan ini, sebagian besar pengrajin bergantung pada motif desain sederhana yang turun temurun. Tetapi setelah mereka ikut dalam program ini, mereka memulai mendiversifikasi motif, pola, dan rona sebagai bentuk inovasi yang dibantu oleh kemampuan teknologi.

Meskipun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan lancar, tantangan dan hambatan tertentu perlu diperhatikan. Sebagian pengrajin masih menghadapi keterbatasan memanfaatkan teknologi digital secara mahir, sehingga memerlukan pelatihan tambahan yang khusus untuk memandu pemanfaatan teknologi digital untuk berjualan. Selain itu, kendala modal juga menghadirkan hambatan yang besar bagi beberapa pengrajin dalam upaya untuk memperluas usahanya. Selama ini, mereka mendapatkan pinjaman dari koperasi untuk modal produksi, sehingga keuntungan yang didapat dari produk kerajinan songkok guru sangat terbatas. Untuk mengatasi tantangan dan hambatan ini, strategi tindak lanjut yang dapat dilakukan untuk memastikan keberlanjutan produksinya adalah membantu memasarkan diberbagai instansi pemerintah dan mendapatkan peluang pendanaan berbunga rendah dari pemerintah sebagai upaya meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi pengrajin songkok guru beserta aneka kerajinan tangan di Desa Popo (Mappasomba & Maing, 2025).

3.3. Pembuatan Galeri dan Pemasaran Online

Untuk memperluas jangkauan pemasaran, telah dilakukan pengumpulan data kontak semua pengrajin, serta dokumentasi foto produk seperti songkok guru dan kerajinan dari limbah sisa produksi. Data ini kemudian dimanfaatkan dalam pembuatan galeri atau promosi online yang mempromosikan produk anyaman lontar Desa Popo secara digital. Langkah ini sejalan dengan strategi membangun kehadiran online yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk kerajinan. Adapun websitenya telah dibuat dengan nama “Kelompok Usaha Kerajinan Tangan Cahaya Terang” disingkat KUKT Cahaya Terang sebagaimana terdapat pada laman website yang telah dibuat: <https://kuktcahayaterang.com/>.

Representasi visual menggambarkan antarmuka awal (beranda) dari platform ritel online yang ditetapkan sebagai “KUKT Cahaya Terang”, yang didirikan untuk mengadvokasi produk kerajinan tangan songkok guru dan bahan yang digunakan kembali yang berasal dari limbah produksi yang berasal dari Desa Popo. Header utama secara gamblang menampilkan sebutan “KUKT CAHAYA TERANG”, yang berfungsi sebagai identitas atau simbol dari kelompok pengrajin dan disertai dengan menu navigasi yang mencakup opsi seperti: Beranda, Produk, Galeri Produk, Artikel, dan Hubungi Kami. Kelompok Usaha Kerajinan ini menjelaskan tujuan situs web sebagai platform pemasaran pengenalan produk dan eksistensinya secara digital yang bertujuan untuk mempromosikan produk kerajinan tradisional agar masyarakat dapat meningkatkan kemampuan pemasaran digital yang ditawarkan dari pengrajin.



Gambar 5. (a). Tampilan awal web promosi online, (b). Galeri Produksi, (c). Kontak dan informasi pemesanan.

Dari wensite ini, kelompok usaha pengrajin songkok guru di desa popo mampu memberikan informasi dan memasakan usaha kerajinan ke berbagai penjuru di indonesia, sehingga harapan dari di buatnya web ini membantu masyarakat meningkatkan penjualan dan produsinya, sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi dan produktivitas yang disertai inovasi yang kekinian. Pendirian Lembaga Usaha (KUKB) Grup Bisnis Kerajinan Cahaya Terang (KUKT) kini telah diakui sebagai entitas resmi yang bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan produksi kolektif dan upaya promosi. Kelompok ini meningkatkan konektivitas di antara pengrajin, konsumen, dan pemangku kepentingan terkait lainnya.

3.4. Pemanfaatan limbah

Demonstrasi secara visual pada teknik produksi dan pemanfaatan limbah juga telah terbukti menjadi komponen program yang sangat menarik bagi mereka. Para pengrajin memperoleh teknik baru untuk meningkatkan produktivitas sambil meminimalkan limbah sisa produksi songkok guru. Selanjutnya, mereka diperkenalkan dengan konsep-konsep inovatif mengenai penggunaan kembali limbah menjadi produk kerajinan yang layak jual secara ekonomi, seperti mencandise atau souvenir dan berbagai kerajinan artisanal lainnya.



Gambar 2. (a). Penjelasan desain inovasi songkok guru, b). Ilustrasi desain aneka kerajinan dari limbah kerajinan songkok guru pasca produksi
Sumber: Dokumentasi pelatihan, 2025

Pelatihan Pemanfaatan Limbah Produksi Sebanyak 18 peserta (64%) secara mahir mengubah limbah produksi (serat, sisa benang) menjadi produk inovatif seperti gantungan kunci, miniatur dekoratif, dan souvenir. Pencapaian ini penting karena, sebelum inisiatif ini, semua limbah hanya dibuang. Mengenai pengelolaan limbah, hal ini dikuatkan oleh Mahyuni dkk. (2020), yang menunjukkan bahwa penggunaan kembali limbah produksi dapat berfungsi sebagai katalis untuk diversifikasi ekonomi rumah tangga. Pengrajin songkok, yang sebelumnya hanya membuang sisa-sisa produksi, kini telah berhasil mengubah bahan-bahan limbah menjadi produk seperti gantungan kunci, souvenir, dan barang-barang dekoratif yang memiliki nilai pasar. Ini menggambarkan bahwa pelatihan ini menggerakkan paradigma masyarakat untuk memanfaatkan limbah tidak sebagai tujuan keberlanjutan lingkungan tetapi juga membuka jalan baru untuk menghasilkan pendapatan.

3.5. Pembentukan Kelompok Usaha Kerajinan Bersama (KUKB)

Melalui musyawarah desa, telah dibentuk Kelompok Usaha Kerajinan Bersama (KUKB) dengan susunan pengurus sebagai berikut: Ketua: Nur Intan, dan Koordinator Pelaksana: Dian Johriana. Pembentukan KUKB ini bertujuan untuk memudahkan pemasaran dan pengelolaan usaha secara bersama, sehingga dapat meningkatkan efisiensi produksi dan daya saing produk. Pendekatan serupa telah diterapkan pada kelompok pengrajin anyaman bambu, di mana pembinaan dan pelatihan manajemen usaha komersial diberikan untuk meningkatkan keterampilan dan kualitas produk.

Terpilihnya saudari Nurintan, dilakukan secara demokratis yang mempertimbangkan saran dan masukan dari para pengrajin. Mereka menaruh harapan, bahwa komunitas yang terbentuk ini akan menjadi komintas yang solid. Ketua kelompok yang terpilih selanjutnya akan

bertindak selaku perpanjangan tangan dari para pengrajin untuk memberikan informasi mengenai penawaran produk dan harga kerajinan songkok dan aneka kerajinan tangan lainnya kepada calon pembeli yang telah melihat galeri produksi yang tertera pada website. Penggunaan nama “Kelompok Usaha Kerajinan Bersama” (KUKB) kemudian diaplikasikan dalam website online kelompok yang selanjutnya dinamakan “Kelompok Usaha Kerajinan Tangan” (KUKT) Cahaya Terang sebagai motivasi agar komunitas pengrajin ini mampu menjadi jebatan terwujudnya masyarakat yang produktif, dan terpenuhi kebutuhan ekonominya berbagai kerajinan yang mereka buat secara bersama.



Gambar 4. (a dan b) Foto bersama setelah terpilih ketua Kelompok Usaha Kerajinan Bersama (KUKB)

Sumber: Dokumentasi pelatihan, 2025

Selain itu, strategi pembentukan kelompok usaha bersama sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Oguguo dkk. (20), yang menggarisbawahi manfaat kelembagaan dalam mendorong pertukaran pengetahuan, koordinasi produksi, dan kolaborasi pemasaran. Pembentukan Kelompok Usaha Kerajinan Ringan Ringan (KUKT) di Desa Popo merupakan awal yang penting, karena telah secara efektif mengalihkan pemahaman bekerja secara individu menjadi kerja kolektif. Pembentukan ini berfungsi sebagai dasar yang penting untuk memastikan keberlanjutan usaha kerajinan yang berkarakter budaya lokal (Oguguo et al., 2020; Wang et al., 2024).

3.6. Pelatihan Lanjutan dan Kemitraan dengan Pihak Swasta

Pelatihan lanjutan dalam pengembangan atau penciptaan desain baru, pemasaran, dan manajemen bisnis direncanakan untuk meningkatkan keterampilan pengrajin. Program ini akan membahas proses pembuatan produk baru, strategi pemasaran yang canggih dan manajemen bisnis yang efektif. Pendekatan ini telah diterapkan dalam pelatihan kewirausahaan pengrajin songkok guru untuk pembuatan produk dengan tujuan mendorong kemajuan kelompok usaha bersama dan meningkatkan daya saing produk di pasar global.

Upaya menjalin kemitraan dengan pihak swasta, seperti hotel untuk souvenir pesta dan dinas atau kantor terkait yang membutuhkan produk kerajinan, di usahakan dengan mengirimkan surat dan proposal kerjasama. Tujuan dari kolaborasi ini adalah untuk menciptakan sarana distribusi baru dan meningkatkan intensitas penjualan. Olehnya itu, berkolaborasi dengan influencer atau pihak-pihak tertentu menjadi strategi yang efektif untuk mempromosikan produk. Dengan implementasi langkah-langkah tersebut, diharapkan pengrajin anyaman lontar songkok guru beserta pemanfaatn limbah untuk produksi aneka kerajinan tangan di Desa Popo dapat mencapai kemandirian ekonomi dan berkontribusi pada pelestarian warisan budaya lokal.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Peningkatan Kapasitas Pengrajin Songkok Guru (produksi dan pasca produksi)” telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan lancar. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Peningkatan

Kapasitas Pengrajin Anyaman Lontar Desa Popo: Menuju Kemandirian Ekonomi dan Pelestarian Warisan Budaya" telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan lancar. Para pengrajin memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru, khususnya dalam memahami selera pasar, inovasi produk, dan strategi pemasaran digital. Serangkaian sesi pelatihan dan bimbingan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pengrajin meliputi: pelatihan yang fokus pada strategi desain berbasis kecerdasan buatan (AI), pelatihan pemasaran digital dengan memanfaatkan platform media sosial dan situs web, pekatihan mengubah limbah menjadi produk yang layak jual secara ekonomi, selain memfasilitasi pembentukan kelompok usaha kerajinan bersama (KUKB Cahaya Terang) sebagai lembaga usaha bersama.

Hasil ini menunjukkan peningkatan yang baik dalam hal teknis dan kemampuan kewirausahaan para pengrajin. Semua peserta menunjukkan kemampuan secara mandiri menghasilkan desain inovatif, dimana lebih dari 70% aktif terlibat dalam pemasaran produk digital, dan lebih dari 60% berhasil mengubah limbah produksi menjadi produk baru yang berharga. Selain itu, desain kelembagaan untuk pengrajin dan situs promosi aktif telah ditetapkan, sehingga memperluas ruang lingkup dan jangkauan pasar. Dampaknya pada pengrajin sangat besar, ada peningkatan keterampilan yang terlihat, peningkatan efikasi diri, dan semangat kolaborasi di antara pengrajin. Jangkauan pemasaran produk juga telah berkembang dan potensi pendapatan baru telah dirasakan dari pemanfaatan produk limbah. Selain itu, kelembagaan usaha bersama memperkuat daya tawar pengrajin dalam jaringan produksi dan pemasaran yang sebelumnya mereka lakukan secara sendiri-sendiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah dalam hal ini progtram RisetMu yang telah memberikan bantuan dana hibah pendanaan kepada para dosen dan mahasiswa di lingkungan Universitas muhammadiyah Makassar. Selain itu kami ucapkan kepada mitra kegiatan yaitu LPM Desa Popo yang telah membantu selama pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Bakty, A. F. M., Kaddi, S. M., Badollahi, M. Z., & Rahmat, M. (2024). The Government's Strategic Role in Marketing Songkok Recca as a Creative Tourism Industry in Bone Regency. *Journal of Management and Administration Provision*, 4(1), 44–53. <https://doi.org/10.55885/jmap.v4i1.343>
- Ahmed, W., Najmi, A., & Ikram, M. (2020). Steering firm performance through innovative capabilities: A contingency approach to innovation management. *Technology in Society*, 63, 101385. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101385>
- Dewi, P. P. A. (2024). Memperluas Dan Meningkatkan Penjualan Pengerajin Perak Di Desa Celuk Gianyar. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT AKADEMISI*. <https://doi.org/10.59024/jpma.v3i1.1059>
- Ferry Cahaya, Y., Wahyuningisih, E., Salim, A., Agung, L., Simroangkir, P., Safaria, S., Prowanta, E., Ovalia, & Abdullah Alwyni, F. (2022). Dampak Teknologi Informasi Dan Pentingnya Protokol Kesehatan Bagi Anak-Anak. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 3(1), 26–31. <https://doi.org/10.56174/jap.v3i1.482>
- Hasnani Siri et al. (2023). Preserving Songkok Reccak in Modern Era: Identity of Bugis People in Bone Regency. *Russian Law Journal*, 11(3). <https://doi.org/10.52783/rlj.v11i3.1333>
- Indrasari, M., Syamsudin, N., & Tampubolon, L. R. R. U. (2024). Enhancing SME Product Brand Equity in The Digital Age as Strategic Approaches in the Era of Artificial Intelligence. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 1139–1152. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.512>
- Jumadi, Nurlela, Asmunandar, Khaeruddin, Andi Dewi Riang Tat, & Bahri. (2023). Songkok Recca

- To Bone; Identitas Lokal Yang Menasional. *Seminar Nasional Dies Natalis 62, 1*, 328–334. <https://doi.org/10.59562/semnasdies.v1i1.896>
- Liu, Y., Li, T., & Fu, Z. (2023). Computational creativity: The Innovative Thinking, Practical methods and Aesthetic Paradigms of AI-driven Design. *Artificial Intelligence, Social Computing and Wearable Technologies*, 113. <https://doi.org/10.54941/ahfe1004196>
- Lubis, T., Firmansyah, F., Masriani, I., Sari, N., & Ningsih, M. (2025). Handicrafts and Traditional Arts: Driving Sustainable Growth in Village Tourism. *JOURNAL OF HUMANITIES SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS (JHSSB)*. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v4i2.1671>
- Mahyuni, L. P., Yoga, I. M. S., Permana, G. P. L., & Setiawan, I. W. A. (2020). Bagaimana Bisnis Eco-Park Menarik Minat Milenial? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi Milenial Mengunjungi Eco-Park. *Forum Ekonomi*, 22(2), 218–231.
- Mappasomba, Z. (2023). Makassar Kota Kosmopolit: Studi Perdagangan Era ke-17 dan Difusi Budaya. In *Moderasi Beragama: Akar Teologi, Nalar Kebudayaan, dan Kontestasi di Ruang Digital* (Vol. 1, pp. 133–164). <https://penerbit.brin.go.id/press/catalog/book/904>. <https://doi.org/10.55981/brin.904.c742>
- Mappasomba, Z., & Maing, R. A. (2025). Capacity Building For Management And Development Of Dolli Tukamasea Tourism Village. *Proceeding of Geo Tourism International Conference*, 1(1).
- Oguguo, P. C., Bodas Freitas, I. M., & Genet, C. (2020). Multilevel institutional analyses of firm benefits from R&D collaboration. *Technological Forecasting and Social Change*, 151, 119841. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119841>
- Quaye, D., & Mensah, I. (2019). Marketing innovation and sustainable competitive advantage of manufacturing SMEs in Ghana. *Management Decision*, 57(7), 1535–1553. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2017-0784>
- Simamora, V., Mulyani, S. S., & Pravitasari, E. (2025). Studi Fenomenologi UKM Kerajinan Tangan Berbasis Limbah Kayu pada D&D Craft (Purbalingga) dan Jk Watch (Yogyakarta). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i1.2041>
- Suarmaja, I. B. K., Cipta, I. W., Yulianthini, N. N., & Yudiaatmaja, F. (2021). The Impact of Digital Marketing System on Weaving Crafts Sales Growth in Buleleng Regency. *Proceedings of the 6th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2021)*, 197. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211124.049>
- Sulistyaningsih, H. E. (2021). Peran Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan dan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 206–210. <https://doi.org/10.47841/soshum.v2i4.152>
- Wang, Y., Hearn, G., Mathews, S., & Hou, J. (2024). Networks, collaboration and knowledge exchange in creative industries: a comparative analysis of Brisbane and Shenzhen. *Creative Industries Journal*, 17(1), 88–112. <https://doi.org/10.1080/17510694.2022.2057062>
- Yadav, S., Patoju, S. K. S., & Yadaveni, S. A. (2022). Dhokra craft: socio-economic conditions of artisans, economics and marketing challenges in Kondagaon district of Chhattisgarh state, India. *Creative Industries Journal*, 17, 1–17. <https://doi.org/10.1080/17510694.2022.2133450>
- Zukri, T. M. T. S., Syahid, A. M. A., Shaari, A. A. H., Noh, N. A., & Sulaiman, S. (2023). Capacity Building Planning for Fishermen Community'S Empowerment. *Planning Malaysia*, 21(6), 395–407. <https://doi.org/10.21837/PM.V21I30.1409>

Halaman Ini Dikosongkan