Pelatihan Wirausaha dan Digital Marketing Bagi Perempuan Korban Kekerasan di Kota Singkawang

Kartika Sulastri
STMIK Pontianak
Jl. Merdeka Barat No. 372, (0561) 735555/ (0561) 737777
e-mail: sulastrikartika@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Seminar Wirausaha dan Pelatihan Digital Marketing dilakukan bertujuan untuk membangkitkan semangat berwirausaha dan memperluas pemasaran secara digital bagi perempuan korban kekerasan di wilayah kota Singkawang, Kalimantan Barat. Banyaknya perempuan yang akhirnya menjadi orang tua tunggal akibat kasus kekerasan, menyebabkan kehidupan keluarganya menderita. Perempuan-perempuan ini, yang dulunya hanya mengandalkan pendapatan dari suami, kini harus berjuang untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri dan anak-anaknya. Diperlukan inisiatif untuk mengadakan pelatihan kewirausahaan agar para perempuan korban kekerasan ini mampu berkreasi menciptakan produk yang dapat menghasilkan uang, sehingga diharapkan mereka menjadi pribadi yang mandiri secara finansial. Tidak hanya diperlukan kemampuan untuk menciptakan produk yang berdaya jual di masyarakat, namun diperlukan juga pelatihan teknik pemasaran secara digital agar jangkauan penjualan lebih luas. Peserta pelatihan berjumlah 39 orang. Pembahasan materi menggunakan cara seminar dan workshop. Seminar dan workshop ini menyajikan praktek langsung menghasilkan barang berupa tas dari plastik bekas dalam bentuk goodie bag, dan berhasil mendapat pesanan dari Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak Kota Singkawang, sebanyak 100 unit goodie bag. Seminar dan workshop ini juga mendapatkan publikasi melalui internet dan peliputan di channel EdTV.

Kata kunci: *Perempuan Korban Kekerasan, Wirausaha, Digital Marketing, Produk Dari Bahan Bekas, Singkawang*

Abstract

The Entrepreneur and Digital Marketing seminar and workshop were conducted aimed at developing entrepreneurial enthusiasm and expanding digital marketing for women victims of violence in the region of Singkawang, West Kalimantan. The large number of women who eventually be single parents due to the the case of violence against women, has made their households being vulnerable. These women, whose late incomes are mainly single-handed from the husbands, now have to struggle to fulfil their family's needs for themselves and the children. Thus, initiatives are needed to conduct the entrepreneurship seminar and workshop, so that, these women are expectedly able to create marketable products to earn income. In the long run, they are supposed to financially be independent. Moreover, in regard to reach wider market place, it is also needed to conduct the digital marketing training. The discussion that uses method of seminar and workshop was attended by 39 participants. The workshop had given the real practices for these women to produce re-cycle goods in the form of goodie bag made of used plastic bags, and results in the pre-order of 100 units of goodie bags from the Women's and Children's Empowerment Services of Singkawang City. The seminar and workshop also received online publication as well as coverage on EdTV Channel.

Keywords*: Women Victims of Violence, Entrepreneurship, Digital Marketing, Re-cycle Products, Singkawang*

1. PENDAHULUAN

Kekerasan terhadap perempuan merupakan kejahatan yang marak terjadi dalam beberapa tahun ini [1]. Dalam Deklarasi PBB (Persatuan Bangsa-Bangsa), istilah kekerasan terhadap perempuan mengacu pada tindakan kekerasan terhadap perempuan yang mengakibatkan bahaya baik fisik, mental, seksual, atau penderitaan bagi perempuan, termasuk ancaman-ancaman tindakan tersebut, tekanan atau perampasan kebebasan secara sewenang-wenang, yang terjadi dalam kehidupan umum atau pribadi [2]. Selain mengalami trauma dalam kehidupannya, korban kekerasan, khususnya kekerasan dalam rumah tangga, biasanya juga mengalami kesulitan dalam sisi ekonomi. Hal ini disebabkan karena perempuan korban kekerasan rumah tangga ini ditinggal oleh suaminya atau meninggalkan suami yang menganiayanya. Sehingga mereka harus menghidupi dirinya sendiri dan anak-anaknya. Agar para korban tindak kekerasan tersebut dapat lebih mandiri dalam kehidupannya, maka diperlukan inisiatif untuk mengadakan suatu kegiatan yang membantu kehidupan para korban.

Kegiatan yang dilakukan dapat berupa melengkapi keterampilan yang dapat menghasilkan pendapatan. Kesulitan dalam sisi ekonomi, menjadikan para korban mempunyai masalah dengan permodalan. Oleh sebab itu, bentuk keterampilan yang diberikan sebisa mungkin menggunakan modal yang minimal. Penggunaan bahan bekas seperti kantong plastik dan kain bekas dapat dilakukan. Kantong plastik dapat diperoleh secara cuma-cuma dari sisa belanja, atau dari sampah yang terbuang. Kain bekas dapat diperoleh dari potongan-potongan sisa kain yang tidak digunakan oleh penjahit.

Dengan bahan baku kantong plastik dan kain bekas, keterampilan yang dapat dilakukan seperti membuat tas tangan. Pembuatan tas tangan dapat dilakukan dengan mudah, namun hasil tampilannya menarik. Hasil dari pembuatan tas tangan ini tidak hanya dipasarkan di sekitar wilayah Singkawang saja, tetapi juga berpotensi dipasarkan pada wilayah yang lebih luas. Oleh sebab itu, keterampilan para korban tersebut dapat ditingkatkan dengan mempelajari dan praktek langsung memanfaatkan *digital marketing* secara gratis.

Tiga organisasi yang terlibat dalam kegiatan ini yakni Rumah Kreatif Anita Maya (Anak dan Wanita Mandiri Berdaya), Gapura Digital, dan Aprila. Salah satu program penanganan kasus kekerasan terhadap perempuan yang disediakan oleh Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan dan Anak (P2TP2A) Maharani atau lebih sering disebut Rumah Singgah Maharani, adalah program pemulihan yang terdiri dari pemulihan psikologi, penyediaan fasilitas shelter, pemberdayaan ekonomi, dan fasilitas pendidikan [3]. Kasus kekerasan terhadap perempuan yang ditangani oleh Rumah Singgah Maharani mencakup beberapa kasus seperti kasus kekerasan dalam rumah tangga, dan kasus perdagangan orang. Dalam kegiatan ini, Rumah Kreatif Anita Maya melakukan pengumpulan korban kekerasan yang terdiri dari korban kekerasan dalam rumah tangga dan penjualan orang. Gapura Digital dari Google menyediakan nara sumber untuk pelatihan digital marketing. Lembaga Aprila menyediakan nara sumber untuk pelatihan keterampilan dalam hal ini keterampilan membuat tas tangan dengan bahan baku kantong plastik dan kain bekas. Selain itu, Lembaga Aprila melakukan pengambilan video untuk dapat dipublikasikan pada media internet. Hasil akhir kegiatan ini adalah berupa produk tas *goodie bag* yang terbuat dari bahan baku kantong plastik dan kain bekas. Selain itu, para peserta mempunyai keterampilan untuk memasang produknya di internet melalui Google Bisnisku.

2. TINJAUAN TEORI

Korban kekerasan, khususnya kekerasan dalam rumah tangga adalah para perempuan yang mengalami kekerasan secara fisik maupun secara mental yang dilakukan oleh orang terdekat, misal suaminya [4]. Sementara itu, korban kekerasan karena perdagangan orang adalah para perempuan yang mengalami kekerasan baik fisik maupun mental yang dilakukan oleh pihak-pihak yang menjual dirinya demi keuntungan [3]. Para korban tindak kekerasan dalam rumah tangga yang terjadi saat ini banyak yang terpisah dari suaminya akibat ditinggalkan oleh suaminya atau korban kekerasan tersebut lari menjauh dari suaminya. Rendahnya tingkat pendidikan dan tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap suami sebagai kepala keluarga membuat para perempuan korban kekerasan menjadi terpuruk baik secara materi maupun mental. Dari segi materi, para korban ini tidak memiliki cukup modal untuk dapat melakukan usaha yang dapat menunjang kehidupannya. Perlu dilakukan langkah inisiasi untuk membantu para perempuan korban kekerasan bangkit berkarya dan mandiri secara finansial. Untuk itu, diperlukan upaya pelatihan keterampilan

yang inovatif agar dapat membantu para korban mendapatkan penghasilan [5]. Pelatihan keterampilan ditujukan untuk menghasilkan produk yang berdaya jual. Oleh sebab itu, selain membuat produk, perlu diperhatikan juga sisi pemasarannya. Dengan kata lain, produk tersebut dibuat sesuai dengan kebutuhan masyarakat, namun harus pula dipromosikan agar masyarakat mengenal produk yang dijual tersebut. Utamanya, produk yang dibuat tidak harus menggunakan modal yang besar. Dengan modal minimal, tetapi produk tersebut memberi manfaat, maka produk tersebut dapat laku di pasaran.

Penggunaan bahan baku kantong plastik dan kain bekas merupakan ide yang kreatif [6]. Kantong plastik dapat diperoleh dari penggunaan sehari-hari, sehingga kantong plastik ini dapat didaur ulang. Dengan melakukan daur ulang kantong plastik, para perempuan korban kekerasan turut berperan menjaga lingkungan hidup, mengurangi pencemaran akibat pembakaran plastik. Selain bahan kantong plastik, penggunaan kain bekas juga tidak memerlukan modal. Kain sisa potong dapat diperoleh dari penjahit yang banyak tersebar di sekitar wilayah Singkawang. Produk yang sudah jadi dapat dipasarkan pada masyarakat sekitar. Dan, untuk meningkatkan penjualan, jangkauan pasar dapat diperluas dengan menggunakan *digital marketing*.

Digital marketing adalah jenis pemasaran yang menggunakan media *internet* [7]. Dengan menggunakan media *internet,* jangkauan pasar menjadi lebih luas. Calon pembeli tidak hanya masyarakat sekitar di mana toko tersebut berada, tetapi juga dapat menjangkau wilayah yang sangat luas. Pemasaran tidak hanya menjangkau luar kota, bahkan hingga ke luar negeri. Gapura Digital, sebagai bagian dari *Google* banyak membantu usaha kecil dan mengengah untuk mempromosikan produknya menggunakan *Google* Bisnisku. Dengan menggunakan *Google* Bisnisku, produk yang dihasilkan dapat diketahui baik masyarakat wilayah Indonesia bahkan hingga dunia. Terlebih, diketahui pengguna internet saat ini tercatat sudah mencapai sekitar 3,7 milyar. Setiap harinya, ada sekitar 3,5 milyar pengguna yang menggunakan *Google Search* untuk melakukan pencarian atau penelusuran [8]. Pengguna *Google Searc*h inilah para calon pembeli yang potensial dari produk yang dipasarkan tersebut.

3. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan Kewirausahaan dan *Digital Marketing* ini merupakan kerja sama antara tiga organisasi: Rumah Kreatif Anita Maya (Anak dan Wanita Mandiri Berdaya), Gapura Digital, dan Aprila, yang diprakarsai oleh dosen STMIK Pontianak. Hasil pembicaraan antara inisiator, Kartika Sulastri, dengan founder Rumah Kreatif Anita Maya, Mardiana Maya Satrini, dilanjutkan dengan kerjasama dengan pihak penyelenggara pelatihan Aprila Kubu Raya, yang diketuai oleh Sarfandi dan pihak Gapura Digital Pontianak, diketuai oleh John Klaping. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas dua tahap. Tahap pertama adalah perencanaan, sedangkan tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan. Pada tahap perencanaan, dilakukan kesepakatan mengenai tanggal pelaksanaan kegiatan, orang-orang yang akan terlibat, dan semua biaya yang akan dibutuhkan selama kegiatan. Hasil dari tahap perencanaan adalah sebagai berikut. Tim dari Pontianak berjumlah 11 orang terdiri atas 3 orang dari Pihak Gapura Digital, 6 orang dari lembaga Aprila, dan 2 orang dosen STMIK Pontianak. Setelah ketiga organisasi tersebut sepakat, maka kegiatan siap untuk dilaksanakan ke tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan, yang ditetapkan dilakukan selama dua hari.

Acara pelaksanaan pelatihan dilakukan di Rumah Singgah Maharani, Jalan Ali Anyang, Singkawang. Peserta kegiatan adalah perempuan korban kekerasan dalam rumah tangga dan korban penjualan orang, berjumlah 39 orang yang tergabung dalam beberapa komunitas seperti: Rumah Perempuan Salak, Muslimah Dunia Akhirat, PKBM Lestari, PKK, Serumpun, dan Anita Maya. Waktu pelaksanaan adalah hari Sabtu dan Minggu, tanggal 9 - 10 November 2019.

Kegiatan hari pertama dimulai pukul 10.00 hingga 15.00 WIB, diselingi istirahat makan siang dan sholat pukul 12.00 - 13.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan difokuskan pada kegiatan keterampilan membuat tas tangan yang terdiri atas dua sesi. Di sesi pertama, peserta mendengarkan penjelasan tentang teori pengolahan sampah kresek menjadi produk jadi. Penjelasan dilanjutkan tentang bahan-bahan yang dibutuhkan untuk membuat tas, antara lain: 4 - 6 helai kantong plastik kresek bekas warna hitam/merah, kain furing/flanel, kain batik motif khas Singkawang ukuran 30 cm x 7 cm, perekat plastik, penggaris, kertas koran bekas (untuk membuat pola dan alas setrika), gunting, setrika, lem tembak dan isinya, manik-manik penghias, benang hitam, jarum pentul, dan mesin jahit. Setelah itu, dilanjutkan tentang penjelasan langkah-langkah pembuatan tas sesuai pola yang sudah dicontohkan.

Sesi kedua berupa praktek langsung pembuatan tas selama dua jam. Kegiatan diawali dengan membagi peserta menjadi 8 kelompok kerja. Setelah kelompok terbagi, masing-masing anggota kelompok menggambar pola di kertas koran dan mengguntingnya. Sebagian anggota yang lain mulai menggunting plastik kresek menjadi lembaran berbentuk persegi panjang. Setelah lembaran plastik siap, kegiatan selanjutnya adalah menyusun lembaran-lembaran plastik menjadi 4 - 6 lapis di atas karpet yang sudah dialas kertas koran. Selanjutnya, lembaran plastik-plastik tersebut ditutup lagi dengan kertas koran, dan disetrika agar menjadi kaku dan mudah dibentuk. Setelah plastik-plastik tersebut kaku, lalu ditempelkan 3 macam pola yang sudah digunting sebelumnya dan dikeratkan dengan jarum pentul. Plastik tersebut kemudian digunting sesuai pola. Kegiatan selanjutnya adalah menempelkan kain batik motif Singkawang di salah satu sisinya, kemudian menjahitnya. Peserta lalu menjahit sisi-sisi tepi sesuai langkah-langkah yang sudah diajarkan, dilanjutkan dengan menyatukan potongan pola hingga membentuk tas tangan. Kegiatan di hari pertama diakhiri dengan memasang pembuka tas berperekat dan memasang manik-manik sebagai asesoris pemanis.

Di hari kedua, dilaksanakan kegiatan pelatihan digital marketing bertema *WomenWill*. Kegiatan dimulai pukul 8.00 WIB hingga 13.00 WIB. Pada hari kedua ini, kegiatan terdiri dari dua sesi. Sesi pertama dijelaskan mengenai peranan perempuan pada dunia UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Pelatihan diawali dengan penjelasan mengenai tips bagi pengusaha wanita sukses melalui *digital marketing* dan saran-saran agar pelaku bisnis memiliki kekompakan tim untuk saling mengisi dan menyempurnakan. Peserta juga diarahkan untuk fokus pada satu produksi di tahap awal usaha, namun tetap harus memikirkan bahwa produk tetap bersifat universal, dapat dikonsumsi oleh semua kalangan, baik pria maupun wanita. Peserta juga diingatkan untuk memikirkan *branding* produk. Narasumber menambahkan, bahwa tujuan dari pelatihan *digital* ini adalah untuk menciptakan kesempatan baru dalam memasarkan produk, tidak hanya bersifat *offline*, namun juga *online*. Selain itu, membuka kesempatan bagi para pelaku usaha untuk menciptakan jejaring sosial dengan sesama perempuan pelaku wirausaha di seluruh Indonesia. Dengan terbukanya jejaring antar pelaku usaha, juga memungkinkan tersebarnya kisah inspiratif dari para perempuan pelaku wirausaha yang sudah sukses untuk para perempuan pelaku wirausaha lainnya. Tidak menutup kemungkinan pula, dunia *digital* ini menyediakan *platform* bagi pelaku wirausaha untuk mendapatkan pelajaran ketrampilan yang lebih *update*. Inti materi dari sesi pertama adalah bila perempuan memiliki bisnis, ia bisa memberdayakan orang lain agar mampu memiliki kemandirian finansial. Nara sumber juga memotivasi para pelaku wirausaha untuk mulai memasang iklan di *Google*, agar cakupan pemasaran lebih luas, tidak hanya terbatas oleh wilayah. Selain itu, juga ditekankan agar produksi dijalankan setiap hari, agar bila ada pesanan, barang sudah siap. Bahkan, sebelum tercukupinya jumlah produksi, bila perlu sudah menyiapkan model lain, agar produk bisa lebih bervariasi.

Nara sumber menambahkan bahwa kaum perempuan sangat potensial untuk sukses dalam berwirausaha, mengingat bahwa 60% pelaku UMKM didominasi oleh kaum perempuan [9]. Tidak perlu takut dengan batasan *gender* atau pun usia. Usaha dapat dimulai dari hobi, agar menjadi hobi yang dibayar. Kuncinya adalah menggunakan pemasaran digital agar menjangkau target pembeli yang lebih luas. Untuk itu, agar dapat meningkatkan kepercayaan diri dengan baik, perlu dilatih untuk membuka diri. Diingatkan bahwa perempuan harus membuka diri untuk membuka peluang kerjasama. Nara sumber juga menekankan bahwa dalam berwirausaha, tidak dapat dilakukan secara sendiri, namun memerlukan kolaborasi dengan banyak pihak.

Berikut, beberapa tips yang diberikan oleh nara sumber kepada para perempuan peserta pelatihan *digital marketing*. Pertama, mencari tahu kelebihan diri masing-masing. Contoh: mampu menjahit, memasak, atau mampu berbicara bahasa Inggris. Dari ketiga contoh tersebut, peserta dapat mulai mencoba usaha di bidang pakaian, makanan, atau di bidang jasa seperti menjadi *tourist guide*. Kedua, berikan sentuhan keunikan agar produk/jasa menjadi lebih baik dari pesaing. Misal: keunikan di kemasan, rasa, atau pelayanan. Ketiga, buat target pemasaran kecil dahulu, seperti promosi di acara arisan, pengajian, atau perkumpulan desa. Keempat, bangun jejaring komunikasi dengan wirausaha lain agar jejaring makin berkembang dan mudah mendapatkan informasi-informasi penting tentang pasar. Kelima, bangun kepercayaan diri dengan kesinambungan produksi. Keenam, miliki mentor bisnis untuk membimbing arah usaha. Mentor bisa didapat dari lingkungan keluarga yang pandai dalam berbisnis, pelaku wirausaha lain yang sudah sukses dalam berbisnis, pembicara seminar yang juga sudah sukses usahanya, atau melalui investasi dengan mentor profesional (konsultan). Ketujuh, ikuti pelatihan, seminar, atau kursus sesuai minat untuk mengembangkan kemampuan berbisnis. Kedelapan, gunakan aplikasi seperti *Google* Primer, *Google*

News, *Google Search*, atau pun *Youtube* untuk menambah ilmu dan wawasan tentang bisnis sekaligus beriklan.

Untuk meningkatkan kepercayaan diri, peserta juga diberikan pelatihan kemampuan berkomunikasi yang baik dalam bisnis. Nara sumber menekankan bahwa kemampuan berkomunikasi yang baik penting dimiliki untuk meningkatkan kerjasama tim, membangun reputasi pelanggan, mengatasi masalah dengan efektif, menciptakan profesionalitas dalam merespon pelanggan, serta menghindari terjadinya salah paham dalam berkomunikasi. Peserta dikenalkan pada beberapa gaya komunikasi seperti gaya komunikasi direktur, pemikir, penghubung, dan ekspresif. Peserta diajak untuk mengunduh aplikasi *Google Primer* untuk mencari tahu gaya komunikasi mereka, dan diberikan kesempatan langsung untuk mempraktekkan tipe gaya komunikasi mereka menggunakan aplikasi yang ada di telepon genggam masing-masing, setelah diberikan sebuah contoh kasus masalah. Di sini, peserta diwajibkan menyelesaikan permasalahan dalam bisnis dengan menggunakan gaya komunikasi mereka. Terlihat dari beberapa peserta yang dipilih untuk maju ke depan, mereka menggunakan gaya komunikasi yang berbeda dalam menyelesaikan permasalahan bisnis tersebut. Kemudian, nara sumber memberikan beberapa saran perbaikan agar komunikasi berjalan efektif dan meningkatkan reputasi di kalangan pelanggan. Misal: dengan mengakui kesalahan, disertai janji untuk melakukan perbaikan.

Pada sesi kedua dilakukan praktek dengan melakukan *download* aplikasi dan pendaftaran langsung pada *Google* Bisnisku (*Google MyBusiness*). Sambil menunggu proses pendaftaran selesai, peserta diperkenalkan dengan aplikasi *Google* Bisnisku dan fitur-fiturnya, beserta manfaat yang bisa diambil. Menurut nara sumber, mendaftar di *Google* Bisnisku merupakan langkah awal untuk memasarkan produk secara *online*. Lebih lanjut, nara sumber juga menekankan pentingnya untuk mendaftarkan bisnisnya di *Google* Bisnisku agar mendapat pendampingan dari tim *Google* atas masalah-masalah yang dihadapi oleh peserta wirausaha. Beberapa fitur yang bisa digunakan antara lain fitur gambar atau foto produk, fitur respon dari konsumen, *review* dari konsumen, dan fitur penelusuran melalui *Google Search* atau G*oogle Map*.

4. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Di hari pertama pelatihan diawali dengan peserta mendapatkan pemaparan awal tentang kegiatan seminar dan pelatihan kewirausahaan dan *Digital Marketing* serta tujuannya. Kemudian, peserta diperkenalkan kepada para narasumber yang akan memandu acara seminar dan pelatihan. Acara dilanjutkan dengan pemaparan materi teori pembuatan produk tas dari bahan plastik kresek bekas oleh tim Aprila. Peserta dibagi dalam 8 kelompok, masing-masing grup terdiri dari 5 peserta. Karena jumlah mesin jahit yang terbatas, dari setiap kelompok hanya ditunjuk satu orang saja untuk menggunakan mesin jahit.

Gambar 1 Pemaparan kegiatan dan tujuan (kiri) beserta pelaksanaan kegiatan (kanan)

Setiap kelompok membuat pola tas yang terdiri atas 3 bagian sesuai yang dicontohkan. Peserta yang sudah dibagi menjadi beberapa kelompok segera menggambar pola di atas selembar kertas koran. Setelah pola sudah digambar, lalu kertas koran digunting sesuai pola yang dibuat. Setiap kelompok diberikan waktu

untuk menyelesaikan pola hingga semua kelompok siap dengan polanya masing-masing dan melanjutkan tahap berikutnya.

Gambar 2 Kegiatan Membuat (kiri) dan menggunting pola (kanan)

Sebagian anggota kelompok ditugaskan untuk menggunting kain batik bermotif khas Singkawang sesuai pola yang sudah dibuat, untuk digunakan sebagai pemanis di bagian depan tas. Sebagian lagi menyusun lembaran-lembaran plastik yang sudah digunting menjadi bentuk persegi panjang di atas karpet beralaskan kertas koran. Setelah lembaran-lembaran plastik tersebut disusun hingga 4 atau 6 lapis, kemudian kembali ditutup dengan kertas koran. Selanjutnya, plastik siap disetrika. Peserta bergiliran menyetrika plastik hingga plastik tersebut kaku. Sementara itu, kain batik yang sudah digunting sesuai pola ditempelkan ke pola pertama dengan bantuan jarum pentul.

Gambar 3 Menyetrika lembaran plastik (kiri) dan menjahit (kanan)

Setelah itu, peserta yang ditugaskan di bagian mesin jahit, menjahit sekeliling tepi kain batik dengan bantuan mesin jahit, agar kain batik tersebut menempel rapi di pola plastik. Agar jahitan terlihat rapi, peserta disarankan untuk melipat bagian tepi pola sebanyak dua kali. Kegiatan menjahit dilanjutkan hingga seluruh pola tersambung dan membentuk tas tangan. Sebagai sentuhan terakhir, diberikan tambahan manik-manik sebagai pemanis dan perekat untuk membuka dan menutup.

Gambar 4 Peserta beserta hasil pelatihan kewirausahaan dan Digital Marketing

Hasil pelaksanaan kegiatan ini adalah ibu-ibu memiliki ketrampilan mengolah sampah plastik kresek menjadi produk tas yang bernilai ekonomis. Di samping itu, hasil yang cukup menggembirakan adalah begitu kegiatan pelatihan kewirausahaan di hari pertama berakhir, para peserta tersebut langsung mendapat pesanan sebanyak 100 unit tas sebagai "*goodie bag*" dari Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak Kota Singkawang. Adapun hasil dari pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing adalah peserta kini sudah memiliki akun di *Google* Bisnisku (*Google My Business*). Diharapkan ibu-ibu ini akan dapat memperluas jaringan penjualan produk mereka melalui *digital marketing*. Agar kegiatan seminar dan *workshop* seperti ini memotivasi komunitas lain, maka dilakukan peliputan acara oleh tim Aprila dan ditayangkan melalui *channel* EdTV.

5. KESIMPULAN

- Peserta dapat dengan mudah mengikuti materi pelatihan, karena metode pelatihannya mudah dipahami dan bahan baku mudah didapat.
- Pembuatan produk tidak memakan waktu yang lama, sehingga dalam waktu singkat terselesaikan.
- Sebagian peserta ibu-ibu belum memahami penguasaan materi *Google* Bisnisku, sehingga dibutuhkan panduan lebih lanjut agar mereka dapat lebih memahami tentang *digital marketing*.

6. SARAN

- Mengingat kemanfaatan hasilnya, perlu untuk mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang serupa di wilayah lain di Kalimantan Barat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada ketiga organisasi yaitu Rumah Kreatif Anita Maya, Lembaga Aprila, dan Gapura Digital, yang secara sukarela telah memberi dukungan tenaga dan pikiran terhadap kegiatan PKM ini sehingga acara ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

[1]Rafikah, R., 2005. Peranan pusat pelayanan terpadu pemberdayaan perempuan dan anak (P2TP2A) dalam menghapuskan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) di kota Bukittinggi. *Islam Realitas: Journal of Islamic & Social Studies*, No. 2, Vol.1, pp.173-186.

[2]Tan, M.G., 2003. Dimensi Sosial dan Kultural Kekerasan Berdasarkan Jender di Indonesia: Dari Penjulukan ke Diskriminasi ke Kekerasan. *Antropologi Indonesia*.

[3]Ranny, T. and Asriati, N., 2017. Peran Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan dan Anak "Maharani" dalam Proses Pembinaan Korban Trafficking. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, No.2, Vol.6.

[4]Hasanah, H., 2013. Kekerasan Terhadap Perempuan Dan Anak Dalam Rumah Tangga Perspektif Pemberitaan Media. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, No.1, Vol. 9, pp.159-178.

[5]Wahyudin, U., 2012. Pelatihan kewirausahaan berlatar ekokultural untuk pemberdayaan masyarakat miskin pedesaan. *MIMBAR, Jurnal Sosial dan Pembangunan*, No. 1, Vol. *28*, pp.55-64.

[6]Febrianta, Y. and Fauzan, A., 2017. Pelatihan Pembuatan Kerajinan Berbahan Plastik Bekas. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, No.1, Vol. 1.

[7]Wiediawati, A.M., Pratiwi, A.A. and Bimandra, G., 2019. Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, No. 1, Vol 3, pp.147-157.

[8]De Koker, L., 2019. Fostering collaboration amongst business intelligence, business decision makers and statisticians for the optimal use of big data in marketing strategies, *Thesis*, Department of Statistics and Population Studies, Faculty of Natural Sciences, University of The Western Cape, Cape Town.

[9]Steelyana, E., 2013. Perempuan dan Perbankan: Sebuah Tinjauan Tentang Peran Inklusi Keuangan terhadap Pengusaha UMKM Perempuan di Indonesia. *The Winners*, No. 2, Vol. 14, pp.95-103.