

## Implementasi *Creative Marketing* Bagi Pengrajin Tas di Blok Ransel Desa Margahayu Tengah kabupaten Bandung

Fanni Husnul Hanifa<sup>1</sup>, Muhamad Fahmi Hasbi Rapiudin<sup>2</sup>,  
Algifari Gelar Djanary<sup>3</sup>, Aulia Salsabilla Kusuma<sup>4</sup>, Calista Luky Azzahra<sup>5</sup>,  
Hartanta Erlangga Simatupang<sup>6</sup>, Khania Adilla Putri Baltica<sup>7</sup>,  
M. Atilla Ibest Moeslim J. Diko<sup>8</sup>, Muhamad Hafiz Nur Fathurahman<sup>9</sup>,  
Muhammad Qudsi Arsal Kamil<sup>11</sup>, Salma Nilam Nur Afifah<sup>12</sup>  
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom

[fannihusnul@telkomuniversity.ac.id](mailto:fannihusnul@telkomuniversity.ac.id)<sup>1</sup>

---

### ABSTRAK

**Kata Kunci:**  
*Creative marketing,*  
Promosi produk,  
Website

Desa Margahayu Tengah merupakan desa yang terletak di Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Sejak tahun 1960, masyarakat desa mengoptimalkan warisan turun temurun dalam mengembangkan produk lokal berupa tas maupun ransel sehingga di Desa Margahayu Tengah terdapat suatu kawasan yang disebut sebagai blok ransel karena sebagian besar masyarakatnya merupakan para pengrajin tas. Di tengah persaingan yang semakin ketat serta perubahan selera konsumen, para pengrajin tas di blok ransel masih minim memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk mereka, sehingga wilayah distribusi penjualan produknya masih seputar wilayah Bandung dan beberapa kota di Jawa Barat. Solusi yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah implementasi creative marketing bagi pengrajin tas di blok ransel. Creative marketing merupakan serangkaian kegiatan dikembangkan untuk mempromosikan produk/jasa secara selektif atau sasaran penuh pasar untuk mencapai tujuan bisnis. Creative marketing dilakukan melalui beberapa rangkaian pelatihan pemasaran seperti dasar-dasar pemasaran, strategi branding, bauran promosi dan digital marketing. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 4 bulan, dimana setiap bulannya diadakan pelatihan kepada para pengrajin tas blok ransel. Selain pelatihan, luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah website bagi pengrajin blok ransel yang nantinya website ini akan terhubung kepada website desa. Website dipilih sebagai media digital untuk mengenalkan, mempromosikan dan mempermudah transaksi pembelian bagi konsumen. Melalui creative marketing diharapkan para pengrajin tas di blok ransel dapat mengoptimalkan promosi produk dengan menggunakan media digital, memperluas pangsa pasar dan mampu memenuhi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya diharapkan bisa meningkatkan penjualan dan pendapatan pada pengrajin yang akan berdampak pada pergerakan perokonomian masyarakat yang ada di desa Margahayu Tengah.

### A. Pendahuluan

Blok Ransel berada tepat di jalan Sadang, Desa Margahayu Tengah Kecamatan Margahayu Kabupaten Bandung. Kawasan ini dikenal dengan nama Blok Ransel, karena sebagian besar penduduk disana memiliki

pekerjaan yang sedang dibidangi yaitu membuat tas, kantong, atau ransel. Ada pengrajin yang menjual langsung barangnya ke konsumen akhir, namun sebagian besar pengrajin tas lebih memilih sistem maklon. Menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak No. PER-70/PJ/2007 adalah jasa maklon adalah pemberian jasa dalam rangka proses penyelesaian suatu barang tertentu yang proses pengerjaannya dilakukan oleh pihak pemberi jasa (disubkontrakkan), yang spesifikasi, bahan baku dan atau barang setengah jadi dan atau bahan penolong/pembantu yang akan diproses sebagian atau seluruhnya disediakan oleh pengguna jasa, dan kepemilikan atas barang jadi berada pada pengguna jasa. Transaksi maklon umumnya dilakukan oleh dua pihak, yaitu pengguna jasa dan pemberi jasa sebagai sub-kontraktor. Sebuah transaksi jasa bisa dikategorikan sebagai jasa maklon jika memenuhi dua buah persyaratan, yaitu:

1. Persyaratan barang yang akan diproduksi dibuat oleh pihak pengguna jasa.
2. Barang yang sudah diproduksi dimiliki pihak pengguna jasa, baik sebagian atau seluruhnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan perwakilan desa dan tokoh masyarakat blok Ransel yaitu Bapak Uden Rahmat diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Jumlah pengrajin tas di blok ransel saat ini berjumlah kurang lebih 150 orang dengan tingkat pendidikan rata-rata lulusan SMA/ SMK. Keahlian pengrajin diperoleh secara turun temurun/ otodidak karena sebagian besar usaha ini merupakan usaha turun temurun keluarga.
2. Ciri khas dari tas hasil produksi dari blok ransel belum terlihat secara spesifik namun dari segi jahitan, tekstur dan kekuatan dapat bersaing dengan merk lain. Jenis barang yang ditawarkan diantaranya tas sekolah, backpack, waisy bag, totebag dll. Kisaran harga yang ditawarkan untuk tas sekolah mulai dari Rp. 50.000 - Rp. 75.000 dan backpack di kisaran Rp. 100.000 - Rp. 200.000
3. Sebagian besar pengrajin tas lebih memilih sistem makloon karena menghindari risiko, adanya keterbatasan modal, keterbatasan sumber daya serta keterbatasan keterampilan menjual serta memasarkan produknya.
4. Wilayah pendistribusian hasil produksi pengrajin tas di blok ransel masih sekitar Bandung dan beberapa kota di Jawa Barat.
5. Saat ini, para pengrajin tas di blok ransel belum banyak menggunakan strategi promosi dalam upaya meningkatkan penjualan produknya. Namun demikian, ada beberapa pengrajin yang sudah memasarkan produknya di online shop yang pengelolaannya dibantu oleh karang taruna wilayah setempat.

Dengan melihat situasi pasar saat ini, dimana persaingan semakin ketat, selera konsumen yang terus berubah serta akses promosi dan penjualan yang terbuka lebar sebenarnya menjadi peluang bagi para pengrajin tas di blok ransel untuk bisa meng”upgrade” image produk mereka agar bisa bersaing dengan produk-produk yang saat ini ada di pasar. Berbekal pengalaman dan fasilitas yang sudah dimiliki, para pengrajin sebenarnya bisa memperluas pangsa pasar, sehingga tidak hanya menunggu orderan dari pemesan saja.

Creative marketing didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan dikembangkan untuk mempromosikan produk/jasa secara selektif atau sasaran penuh pasar untuk mencapai tujuan bisnis.(Hamel, 1988). Bisnis yang inovatif dan kreatif membuat strategi baru, berpikir inovatif, dan memperkuat ruang kompetitif mereka di industri dengan memuaskan permintaan pelanggan mereka (Slater et. al., 2010). Strategi inovatif dapat terdiri dari model harga baru, nilai proposisi, perluasan pasar, kebijakan yang didorong oleh pelanggan, efisien rantai pasokan, dan sarana lain untuk “menjangkau pelanggan” (Ishaq, 2013).

Melalui *creative marketing* diharapkan para pengrajin tas di blok ransel dapat mengoptimalkan promosi produk dengan menggunakan media digital, memperluas pangsa pasar dan mampu memenuhi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya diharapkan bisa meningkatkan penjualan dan pendapatan pada pengrajin yang akan berdampak pada pergerakan roda perekonomian masyarakat yang ada di desa Margahayu Tengah.

## **B. Metode Pelaksanaan**

Adapun metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Mencari data melalui wawancara dan observasi

Wawancara dilakukan dengan perwakilan pihak desa dan perwakilan dari blok ransel untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi mitra. dari hasil wawancara dan observasi diperoleh data mengenai rencana kegiatan yang akan dilaksanakan.
2. Persiapan pelaksanaan
  - a. Melakukan koordinasi dengan pihak desa, mitra dan narasumber.
  - b. Menentukan urutan tema pelatihan
  - c. Untuk pembuatan website, merencanakan peralatan yang dibutuhkan serta merencanakan konten dari website
3. Pelaksanaan
  - a. Pelatihan dilakukan sebanyak 3 kali dengan 5 topik bahasan yaitu: dasar-dasar pemasaran, business plan, strategi branding, bauran pemasaran dan digital marketing.

- b. Website: membuat website, membuat manual book, mengisi konten website, ujicoba website dan sosialisasi website.
4. Evaluasi
  - a. Feedback kegiatan dari mitra dan pihak desa
  - b. Website bisa diakses dan kelengkapan website

### C. Hasil dan Pembahasan

Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diuraikan sebagai berikut:

- a. Mencari data melalui wawancara dan observasi  
Wawancara dilakukan dengan kepala desa dan perwakilan dari blok ransel pada tanggal 17 Juli 2022.

**Gambar 1**

Diskusi dengan Kepala Desa Margahayu Tengah



- b. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan ke-1 dilaksanakan pada 12 Agustus 2023, bertempat di ruang pertemuan desa Margahayu Tengah, dihadiri oleh 15 pengrajin tas blok ransel. Adapun materi yang disampaikan mengenai dasar-dasar pemasaran dan pelatihan pembuatan business plan.

**Gambar 2**

Pelatihan Dasar-dasar Pemasaran dan Pembuatan Business Plan



Pelatihan 2 dilaksanakan pada 24 September 2023, bertempat di balai RW 13 Desa Margahayu Tengah, dihadiri oleh 20 orang pengrajin tas

blok ransel. Adapun materi yang disampaikan mengenai strategi branding dan bauran promosi.

**Gambar 3**

Pelatihan Strategi Branding dan Bauran Promosi



Pelatihan 3 dilaksanakan pada 29 Oktober 2023, bertempat di balai RW 13 Desa Margahayu Tengah, dihadiri oleh Kepala Desa dan 18 orang pengrajin. Adapun agendanya adalah pelatihan digital marketing sekaligus serah terima website kepada Kepala Desa.

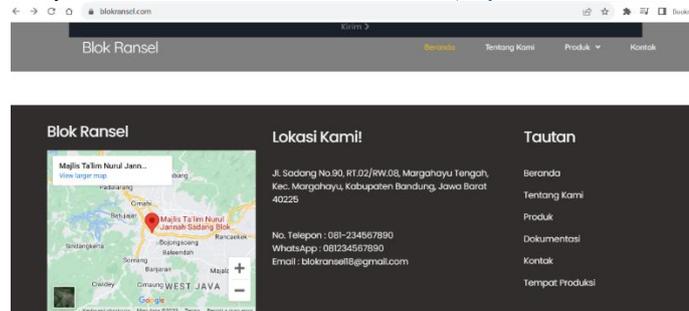
**Gambar 4**

Pelatihan Digital Marketing dan Serah Terima Website



**Gambar 5**

Tampilan Halaman Website Blok Ransel (<https://blokransel.com/>)



#### D. Simpulan

Secara umum, pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung lancar. Para pengrajin antusias dengan pelatihan-pelatihan yang diberikan. Sebagai evaluasi, setelah selesai pelaksanaan pelatihan para peserta diminta untuk mengisi kuesioner feedback. Adapun rata-rata dari tiga pelatihan yang diselenggarakan memiliki nilai 91%, yang artinya peserta pelatihan puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat baik dari materi yang disampaikan, waktu dan durasi pelaksanaan, serta pelayanan yang baik dari mahasiswa. Dengan adanya implementasi creative marketing yang telah diselenggarakan 4 bulan terakhir ini, diharapkan para pengrajin tas di blok ransel dapat mengoptimalkan promosi produk dengan menggunakan media digital, memperluas pangsa pasar dan mampu memenuhi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya diharapkan bisa meningkatkan penjualan dan pendapatan pada pengrajin yang akan berdampak pada pergerakan roda perekonomian masyarakat yang ada di desa Margahayu Tengah.

#### E. Ucapan Terimakasih

Kegiatan abdimas ini merupakan rangkaian dalam kegiatan P2MD (Program Pemberdayaan Masyarakat Desa) tahun 2023 yang diselenggarakan oleh Dirjen Vokasi. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dirjen Vokasi, yang telah mendanai kegiatan abdimas ini
2. Universitas Telkom, khususnya unit kemahasiswaan baik di tingkat Universitas maupun Fakultas yang telah memberikan dukungan yang baik untuk kegiatan P2MD ini.
3. Dosen pembimbing P2MD, Ibu Fanni Husnul Hanifa, S.E., M.M.
4. Kepala Desa Margahayu Tengah, Bapak Drs. Asep Zaenal Mahmud
5. Staf desa dan ketua RW 13
6. Para pengrajin tas di blok ransel

#### F. Daftar Pustaka

- Hamel, G. (1998). *Opinion: Strategy innovation and the quest for value*. MIT Sloan Management Review, 39(2). Retrieved from <http://sloanreview.mit.edu/>
- Ishaq, M. I. (2013). *Marketing Strategy and business unit performance: Empirical evidence from Pakistani industries*. Saarbrücken, Germany: LAP Lambert Academic Publishing.
- Slater, S. F., Hult, G. T. M., & Olson, E. M. (2010). *Factors influencing the relative importance of marketing strategy creativity and marketing*



*strategy implementation effectiveness. Industrial Marketing Management*, 39(4), 551-559. doi:10.1016/j.indmarman.2008.03.007  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230201160105-97-907669/umkm-ransel-bikin-desa-di-bandung-menang-program-desa-brilian-2022>  
<https://margahayutengah.desa.id/>  
Peraturan Direktur Jenderal Pajak No. PER-70/PJ/2007