



## **Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan Aksesoris manik - manikdan Pemasaran Digital Melalui Aplikasi Tiktok: Inovasi Kreatif dan Peluang Bisnis di Era Digital**

**Anggita Cindy Fironika, Lisafi Kulbi, Arsa Karendra, Ariel Lintang Maulita**

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia

[anggitacondy12@gmail.com](mailto:anggitacondy12@gmail.com)

### **Abstract**

*The creative industry in Indonesia has experienced rapid growth in recent years, causing increasingly tight trade competition and various innovations in product marketing. This research focuses on the handicraft industry, especially accessories such as bracelets, necklaces and rings. Even though stringing looks easy, the biggest challenge is creating a unique design and ensuring the strength of the connecting rope so that it doesn't come loose easily. As technology develops, handicraft producers are now utilizing digital marketing to expand their market reach. Digital marketing, which involves the use of social media for promotion, has become a key strategy in the industry. This research specifically highlights the use of the social media platform TikTok as a digital marketing tool. TikTok, which is popular among teenagers and young adults, provides e-commerce features such as TikTok Shop and live shop, which allow manufacturers to sell their products directly through the app. Through this research, we explore the effectiveness of TikTok as a digital marketing medium for handicraft producers, as well as how this platform can support the growth of the creative industry in Indonesia.*

**Keywords:** Creative Industry; Digital Marketing; Social Media; Tiktok Shop; Live Shop

### **Abstrak**

Industri kreatif di Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, menyebabkan persaingan dagang yang semakin ketat dan berbagai inovasi dalam pemasaran produk. Penelitian ini fokus pada industri kerajinan tangan, khususnya meronce aksesoris seperti gelang, kalung, dan cincin. Meskipun meronce terlihat mudah, tantangan terbesar adalah menciptakan desain yang unik dan memastikan kekuatan tali penghubung agar tidak mudah lepas. Seiring berkembangnya teknologi, para produsen kerajinan tangan kini memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Digital marketing, yang melibatkan penggunaan media sosial untuk promosi, telah menjadi strategi utama dalam industri ini. Penelitian ini secara khusus menyoroti penggunaan platform media sosial TikTok sebagai alat pemasaran digital. TikTok, yang terkenal di kalangan remaja dan dewasa muda, menyediakan fitur e-commerce seperti TikTok Shop dan live shop, yang memungkinkan produsen untuk menjual produk mereka secara langsung melalui aplikasi. Melalui penelitian ini, kami mengeksplorasi efektivitas TikTok sebagai media pemasaran digital bagi para produsen kerajinan tangan, serta bagaimana platform ini dapat mendukung pertumbuhan industri kreatif di Indonesia.

**Kata kunci:** Industri Kreatif, Kerajinan Tangan, Pemasaran Digital, MediaSosial, Tiktok Shop, Live Shop

## **1. PENDAHULUAN**

Perlindungan terhadap industry kreatif dalam konteks bisnis ada tiga fase, yaitu perencanaan, produksi, dan pemasaran.(Arifin et al., 2023) Industri kreatif di Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, semakin banyak pula persaingan dagang yang akan terjadi serta berbagai macam cara para produsen memasarkan produknya. Dalam penelitian ini akan membahas mengenai industri kreatif dalam bidang



handycraft atau kerajinan tangan. Kerajinan tangan yang akan dibahas dalam jurnal ini yaitu meronce. Meronce aksesoris merupakan suatu kegiatan atau proses merangkai berbagai elemen menjadi satu kesatuan yang menarik dan fungsional, seperti gelang, kalung, dan cincin. Biasanya meronce dilakukan dengan menggunakan tali elastis sebagai media penghubung dan manik-manik sebagai penghiasnya. Hal tersebut mungkin terlihat mudah dan semua orang bisa melakukannya, namun tak semua orang memiliki ide desain yang sama saat akan meronce aksesoris. Selain itu, hal yang dianggap sulit dalam meronce adalah proses menali. Kita harus bisa mempertahankan bagaimana caranya saat aksesoris digunakan tidak mudah lepas tali tersebut nantinya. Tentu saja para pedagang dari kerajinan tangan ini juga tidak kalah ketinggalan tren yang sudah ada. Kebanyakan dari mereka sudah memanfaatkan internet untuk menunjang proses pemasaran mereka. Hal tersebut dikenal dengan sebutan pemasaran digital atau *digital marketing*.

*Digital marketing* adalah sebuah strategi pemasaran yang biasanya digunakan untuk mempromosikan suatu barang atau jasa kepada para pelanggan dengan cara memanfaatkan berbagai sosial media. Dengan jumlah pengguna sosial media yang semakin banyak seiring berjalannya waktu, maka semakin bertambah pula peluang bagi para produsen untuk mengembangkan pasarnya hanya dengan menggunakan *smartphone*. Menurut Sánchez, *digital* adalah sebuah hasil dari pemasaran evolusi.

Perkembangan Teknologi mempengaruhi pola pikir seseorang dalam melakukan bisnis, salah satunya yaitu dalam melakukan promosi. Banyak yang telah memanfaatkan media sosial sebagai media promosi seperti Facebook, Instagram, Tweeter, Youtube dan WhatsApp. Media tersebut dimanfaatkan karena dalam penyebaran informasi tanpa ada batasan waktu, tempat dan informasi. (Amalia & Ismanto, 2019) Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Evolusi sendiri terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media digital untuk sebagian besar pemasaran produk mereka. Sedangkan menurut Lane, pemasaran digital adalah cara mempromosikan sebuah produk dan layanan menggunakan media distribusi digital. Pemasaran digital juga disebut dengan *e-marketing* dan mengirimkan pesan pemasaran kepada pelanggan melalui iklan digital atau online. Sosial media yang digunakan untuk media promosi biasanya adalah *instagram*, TikTok, atau juga *facebook*. Dalam penelitian ini akan berfokus pada sosial media TikTok sebagai media pemasaran digital. Karena, akhir-akhir ini platform sosial media TikTok sedang banyak dibicarakan dan digunakan oleh semua kalangan. Promosi melalui media sosial mudah untuk dipelajari dan memungkinkan iklan untuk menjangkau siapapun, promosi di media sosial dianggap lebih efektif dan menghemat waktu dan uang. (Amalia & Ismanto, 2019)



TikTok merupakan platform media sosial yang digunakan pengguna untuk membuat, membagikan, dan menonton video pendek berdurasi 15 detik sampai dengan 3 menit. TikTok sendiri resmi diperkenalkan secara internasional pada tahun 2017. Dari waktu ke waktu, aplikasi TikTok semakin populer apalagi di kalangan remaja dan dewasa muda. Aplikasi tersebut digunakan untuk membagikan atau membuat suatu tren viral, pemasaran digital, serta ekspresi kreatif. TikTok menyediakan fitur khusus bagi para produsen yang ingin memasarkan produknya melalui platform digital. Fitur tersebut dikenal dengan nama TikTok shop. TikTok shope pertama kali diperkenalkan pada tahun 2021, sebagai salah satu upaya TikTok untuk mengembangkan fitur *e-commerce* ke dalam platform mereka, TikTok shop sendiri merupakan hasil dari kolaborasi antara TikTok dengan berbagai platform *e-commerce* lainnya. Awal mulanya TikTok shop berkolaborasi dengan Shopee, namun saat ini mereka beralih menggunakan Tokopedia. Para produsen bisa memasarkan produknya dengan cara membuat video yang semenarik mungkin dan memanfaatkan fitur ‘keranjang kuning’ yang disediakan oleh TikTok. Fitur ‘keranjang kuning’ sendiri digunakan untuk memudahkan para pengguna yang ingin membeli produk langsung melalui aplikasi. Selain itu, banyak pula pedagang memanfaatkan fitur live TikTok untuk berjualan atau sering disebut dengan live shop. Pedagang yang berjualan melalui fitur live shop itu sangat beragam, mulai dari pakaian, perabotan rumah tangga, makanan, aksesoris, dan masih banyak lagi.

## 2. METODE

Adapun tahapan-tahapan dalam kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan berkoordinasi kepada pengurus atau pengelola Pasar Johar Semarang untuk membahas waktu dan tempat pelaksanaan. Selanjutnya kami berkoordinasi kembali dengan salah satu mitra UMKM kerajinan tangan aksesoris manik – manik yaitu *berseri.id*. Pihak mitra selanjutnya menyiapkan materi yang akan diterangkan yaitu, Pelatihan Meronce Aksesoris dan Pemasaran Melalui Live Tiktok. Peserta program pelatihan selanjutnya ditentukan oleh tim pelaksana kegiatan, segmentasi peserta yaitu anak muda yang dari semua kalangan usia yang berkeinginan untuk belajar membuat kerajinan tangan, dan membuka peluang usaha. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan mulai pukul 9.30 – selesai. Tim pelaksana kegiatan ini melibatkan empat metode untuk memastikan peserta memperoleh keterampilan yang diperlukan dengan cara yang efektif dan menyenangkan.

Pengenalan materi dengan memberikan pengetahuan dasar mengenai kerajinan tangan aksesoris manik-manik yang diterangkan oleh Bunga selaku manager *berseri.id*. materi pelatihan dapat mencakup teknik – teknik dasar dalam membuat kerajinan tangan aksesoris manik – manik, dan menjelaskan fungsi dan cara penggunaan berbagai alat serta bahan yang akan digunakan dalam proses pembuatan kerajinan tangan aksesoris manik – manik. Sebelum materi



disampaikan tim pelaksana kegiatan membagikan *pre-test* kepada peserta pelatihan untuk mengetahui tingkat pemahaman mengenai kerajinan tangan menggunakan aksesoris manik – manik tersebut.

Setelah diberi metari pengetahuan dasar tentang kerajinan tangan manik – manik, para peserta selanjutnya melakukan praktek yang dibimbing langsung oleh Dina Ulfi selaku owner berseri.id. Narasumber tersebut memberikan instruktur menunjukkan langkah – langkah membuat aksesoris gelang dan cincin menggunakan manik – manik. Lalu para peserta diberi kesempatan untuk mencoba membuat kerajinan tangan tersebut dengan bimbingan instruktur. Peserta mengerjakan proyek-proyek kecil yang dapat diselesaikan dalam dua sesi, sesi pertama pembuatan gelang dan sesi kedua pembuatan cincin. Hal ini bertujuan untuk mengasah keterampilan secara bertahap. Peserta juga mendapatkan bimbingan personal, Instruktur memberikan saran dan tips khusus berdasarkan kebutuhan dan perkembangan individu peserta.

Setelah dilakukannya sesi praktik, Peserta mendapatkan evaluasi dari instruktur mengenai hasil kerja mereka dan mendapatkan umpan balik yang konstruktif, Instruktur memberikan umpan balik langsung mengenai hasil kerja peserta, menunjukkan area yang perlu diperbaiki dan memberikan saran untuk peningkatan. Proyek-proyek kecil yang dikerjakan peserta akan dinilai berdasarkan kriteria tertentu, seperti kerapian, kreativitas, dan ketepatan teknik. Sambari mengevaluasi proyek-proyek kecil peserta juga diminta untuk melakukan refleksi diri mengenai apa yang telah mereka pelajari, tantangan yang dihadapi, dan kemajuan yang telah dicapai. Lalu sebelum acara ditutup narasumber mengadakan sesi diskusi untuk berbagi pengalaman, tantangan, dan keberhasilan dalam memulai usaha kerajinan tangan. Peserta juga mendapatkan bonus materi bagaimana cara pemasaran produk kerajinan tangan tersebut dengan baik dan benar melalui aplikasi media sosial Tiktok. Peserta juga dapat belajar dari satu sama lain dan mendapatkan inspirasi baru.

Peserta, menunjukkan area yang perlu diperbaiki dan memberikan saran untuk peningkatan. Proyek-proyek kecil yang dikerjakan peserta akan dinilai berdasarkan kriteria tertentu, seperti kerapian, kreativitas, dan ketepatan teknik. Sambari mengevaluasi proyek – proyek kecil peserta juga diminta untuk melakukan refleksi diri mengenai apa yang telah mereka pelajari, tantangan yang dihadapi, dan kemajuan yang telah dicapai. Lalu sebelum acara ditutup narasumber mengadakan sesi diskusi untuk berbagi pengalaman, tantangan, dan keberhasilan dalam memulai usaha kerajinan tangan. Peserta juga mendapatkan bonus materi bagaimana cara pemasaran produk kerajinan tangan tersebut dengan baik dan benar melalui aplikasi media sosial Tiktok. Peserta juga dapat belajar dari satu sama lain dan mendapatkan inspirasi baru.

Metode-metode ini dirancang untuk memberikan pelatihan yang komprehensif dan holistik, memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu menerapkan



keterampilan dalam praktik, mendapatkan bimbingan personal, dan menerima evaluasi yang membangun untuk peningkatan terus-menerus.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi yang sudah semakin pesat diringi dengan kreatif dan inovatif di era global telah memberikan dampak langsung kepada masyarakat terutama bagi generasi muda saat ini. Penggunaan media sosial dapat dengan mudah diakses melalui smartphone kapan saja dan dimana saja oleh pemiliknya. Seiring Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk mengiklankan suatu produk atau jasa agar menghasilkan penjualan. Strategi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi adalah dengan menggunakan media sosial antara lain; facebook, intagram, we chat, whatsapp dan wikipedia. (Walandouw & Worang, 2022).

Membahas lebih jauh tentang media sosial, terdapat beberapa tren terkini dalam penggunaan media sosial di Indonesia yang layak dicatat. Beberapa tren tersebut meliputi: Penggunaan *Live Streaming*, *Influencer Marketing*. Platform seperti Facebook Live, Instagram Live, dan YouTube Live memungkinkan pengguna untuk berbagi video secara langsung dengan audiens mereka, baik itu untuk menghibur, memberikan pelajaran, atau melakukan sesi tanya jawab interaktif. Kemudian tren dalam membagikan konten video pendek, lalu konten peningkatan kesadaran akan kesehatan mental dan lainnya. (Manurung et al., 2023) Untuk menunjang dan mendorong mitra dalam memasarkan produknya, tim melakukan kegiatan pengabdian berupa pelatihan.

Pelaksanaan Pelatihan ini diikuti oleh 20 peserta. Sebelum kegiatan dimulai, peserta diminta untuk mengisi Google Form sebagai Pre-test dan Post-test yang menjadi tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan peserta mengenai bagaimana pembuatan aksesoris manik – manik, alat dan bahan apa saja yang digunakan untuk membuat aksesoris ini, serta manfaat meronce aksesoris dan bagaimana cara pemasaran yang baik dan benar melalui platform social media TikTok.

Berikut Hasil olahan Data Kuesioner Pre-test & Post-test Peserta Pelatihan :

No.	Kuesioner	Pre-test		Post-test	
1.	Apakah anda paham bagaimana cara membuat aksesoris menggunakan manik – manik?	12	60%	20	100%
2.	Apakah anda mengetahui alat dan bahan yang digunakan untuk membuat aksesoris manik - manik?	11	55%	20	100%



3.	Apakah anda akan menggunakan pola lain untuk membuat aksesoris manik – manik?	11	55%	11	55%
4.	Apakah anda berkeinginan untuk membuat aksesoris manik –manik sendiri?	18	90%	20	100%
5.	Apakah anda berkeinginan untuk membuat brand aksesoris manik – manik sendiri?	17	85%	10	50%
6.	Apakah anda memahami cara pemasaran melalui aplikasi tiktok?	20	100%	20	100%

Dari kuesioner tersebut diketahui bahwa peserta Pelatihan Meronce Aksesoris, grafik menunjukkan sebanyak (60%) peserta belum pernah membuat aksesoris dari manik – manik, serta mengetahui alat dan bahan apa saja yang digunakan untuk membuat aksesoris manik – manik (55%). Sementara peserta yang berkeinginan untuk membuat aksesoris manik – manik sendiri meningkat yang awalnya (90%) menjadi (100%), serta seluruh peserta memahami bagaimana cara pemasaran melalui aplikasi tiktok (100%). Pada saat kegiatan Pelatihan Meronce Aksesoris berlangsung, para peserta sangat antusias sekali untuk mengikuti serangkaian kegiatan ini. Hal tersebut terlihat pada saat peserta memilih jenis manik – manik yang akan dibuat, dan keseruan para peserta saat membuat gelang dan cincin menggunakan manik – manik.

Dalam kegiatan ini memperoleh hasil yang bermanfaat bagi para peserta, peserta menjadi terampil dan kreatif membuat kerajinan tangan, kerajinan tangan ini sangat berguna untuk membuka peluang usaha sendiri, serta menambah wawasan peserta mengenai pemasaran melalui media sosial salah satunya yaitu Tiktok. Saat kegiatan Pelatihan dilaksanakan, peserta juga menunjukkan bahwa antusias dalam mengikuti rangkaian Pelatihan. Hal tersebut terlihat dari banyaknya pertanyaan - pertanyaan yang diajukan oleh peserta mengenai bagaimana membuat kerajinan tangan /aksesoris meronce menggunakan manik - manik yang baik dan benar.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



**Gambar 1.**  
Kegiatan Pelatihan. Sumber : Doc Tim Pelatihan



**Gambar 2.**  
Kegiatan Pelatihan. Sumber : Doc Tim Pelatihan



Program pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat telah diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun, para peserta sangat memahami materi yang diberikan. Kegiatan ini dapat sambutan sangat baik. Evaluasi keberhasilan kegiatan Pelatihan Meronce Aksesoris ini dilakukan setelah kegiatan selesai. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini antara lain yaitu, respon yang baik para peserta dan antusiasme peserta pada saat kegiatan Pelatihan Meronce Aksesoris. selain itu hasil dari Post-Test yang di isi oleh para peserta menghasilkan parameter yang sangat baik. Berdasarkan Pre-Test sebelum pelatihan ini dimulai menunjukkan bahwa peserta yang memahami bagaimana pembuatan aksesoris manik – manik ini semula 60%, dan berdasarkan Post-Test setelah pelatihan dilaksanakan meningkat menjadi 100%. Sementara terkait materi pemasaran melalui via live tiktok yang disampaikan oleh narasumber, 100% peserta pelatihan sangat memahami bagaimana cara pemasaran melalui aplikasi tiktok.

#### 4. PENUTUP

Dari hasil kuesioner *Pre-Test dan Post-Test* pada Pelatihan Meronce Aksesoris, didapatkan beberapa temuan penting yaitu sebagai berikut :

1. Pengalaman Membuat Aksesoris: Sebanyak 60% peserta belum pernah membuat aksesoris dari manik-manik sebelumnya.
2. Pengetahuan Alat dan Bahan: 55% peserta mengetahui alat dan bahan yang digunakan untuk membuat aksesoris dari manik-manik.
3. Minat Membuat Aksesoris: Minat peserta untuk membuat aksesoris manik-manik sendiri meningkat dari 90% sebelum pelatihan menjadi 100% setelah pelatihan.
4. Pemahaman Pemasaran: Seluruh peserta (100%) memahami cara pemasaran melalui aplikasi Tik Tok setelah pelatihan.

Selama pelatihan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama saat memilih jenis manik-manik dan saat membuat gelang serta cincin. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil menumbuhkan keterampilan dan kreativitas peserta dalam membuat kerajinan tangan. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan praktis, tetapi juga membuka peluang usaha bagi peserta dan memperluas wawasan mereka tentang pemasaran melalui media sosial, khususnya TikTok.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N., & Ismanto, B. (2019). Analisa Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi menggunakan EPIC Model 1 . 1. *IC TECH*, 14(1), 23–27.
- Arifin, Z., Virgonita, M., Winta, I., Sulistiyani, D., Sediati, R., & Nawir, M. (2023). Jurnal Pengabdian Perguruan Tinggi Peningkatan Pemahaman Sertifikat Halal Dan Merek bagi



Paguyuban Sahabat UMKM Kota Semarang Jurnal Pengabdian Perguruan Tinggi sebagaimana termaktub dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia ( UUDNRI ). *Jurnal PEDATI*, 1(2), 91–102.

Manurung, J., Anom, E., & Iswadi. (2023). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment. *Technomedia Journal*, 8(2), 248–260. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2086>

Ha, L. (2008). Penelitian periklanan online dalam jurnal periklanan; Tinjauan. *Jurnal Lancar Masalah dan Penelitian Dalam Periklanan*, 30, 31-48.

Sanchez-Franco, M. J.-P.-R. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers Education*, 74,81-97.

Walandouw, J. A., & Worang, F. G. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pariwisata Pada Rumah Alam Manado Adventure Park. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 340–349. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37809>