

## Woman Digital Entrepreneur: Pelatihan Pembuatan Produk Kerajinan Industri Kreatif "Decoupage" Berbahan Dasar Limbah Rumah Tangga bagi Ibu Rumah Tangga

*Women Digital Entrepreneur: Training on Making Creative Industrial Craft Products "Decoupage" Made from Household Waste for Housewives*

**Ratih Purbasari<sup>1\*</sup>, Rani Sukmadewi<sup>2</sup>, Linda Kurniawati<sup>3</sup>, Zaenal Muttaqin<sup>4</sup>**

<sup>1,4</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran, Jatinangor

<sup>2</sup>Program Studi Bisnis Logistik, Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran, Jatinangor

<sup>3</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran, Pangandaran

\**ratih.purbasari@unpad.ac.id*

### ABSTRAK

Kegiatan pengembangan woman digital entrepreneur melalui pelatihan pembuatan produk kerajinan industri kreatif "decoupage" berbahan dasar limbah rumah tangga bagi ibu-ibu rumah tangga bertujuan meningkatkan talenta kreasi produk dan minat kewirausahaan digital dengan melibatkan 30 kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Cikeruh Kecamatan Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat sebagai khalayak sasaran. Pelatihan ini bermaksud untuk meningkatkan produktifitas kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga dalam memanfaatkan internet sebagai sarana berwirausaha melalui platform marketplace. Adapun produk yang dihasilkan merupakan produk kerajinan tangan berbahan dasar limbah rumah tangga yang dikreasikan dengan teknik decoupage. Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dan demonstrasi dengan kegiatan utama pelatihan pembuatan produk kerajinan decoupage, dan pelatihan marketplace. Hasil pre-test dan post-test pada pelatihan decoupage diperoleh skor pre-test sebesar 11% dan pada post-test menjadi 100%. Hasil ini menunjukkan peningkatan yang signifikan pada aspek pengetahuan, pemahaman dan kemampuan kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga dalam membuat produk kerajinan decoupage. Hasil pre-test dan post-test pada pelatihan marketplace diperoleh skor pre-test sebesar 46% dan pada post-test menjadi 83%. Skor menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek pengetahuan, pemahaman dan minat pemahaman dan minat ibu-ibu rumah tangga untuk menjadi woman digital entrepreneur dengan memanfaatkan platform marketplace sebagai media penjualan. Setelah dilakukan evaluasi dan monitoring, khalayak sasaran diketahui lebih memahami mekanisme kerja dan pengelolaan marketplace dalam mengoptimalkan penjualan.

**Kata kunci** — *Womanpreneur, Digital Entrepreneur, Marketplace, Decoupage*

### ABSTRACT

The activity of developing women digital entrepreneurs through training in making creative industrial craft products "decoupage" made from household waste for housewives aims to increase product creation talent and interest in digital entrepreneurship by involving 30 PKK cadres and housewives in Cikeruh Village, District, Jatinangor, Sumedang, West Java as the target audience. This training aims to increase the productivity of PKK cadres and housewives in utilizing the internet as a means of entrepreneurship through the marketplace platform. The products produced are handicraft products made from household waste which are created using decoupage techniques. This activity was carried out using lecture and demonstration methods with the main activities being training in making decoupage craft products, and marketplace training. The results of the pre-test and post-test on decoupage training obtained a pre-test score of 11% and a score of 100% on the post-test. These results show a significant increase in the aspects of knowledge, understanding and ability of PKK cadres and housewives in making decoupage craft products. The results of the pre-test and post-test on marketplace training obtained a pre-test score of 46% and a score of 83% on the post-test. The scores show a significant increase in the aspects of knowledge, understanding and interest of housewives in becoming female digital entrepreneurs by using the marketplace platform as a sales medium. After evaluation and monitoring, the target audience is known to better understand the working mechanisms and management of the marketplace in optimizing sales.

**Keywords** — *Womanpreneur, Digital Entrepreneur, Marketplace, Decoupage*

### OPEN ACCESS

© 2024. Ratih Purbasari, Rani Sukmadewi, Linda Kurniawati, Zaenal Muttaqin



Creative Commons  
Attribution 4.0 International License

## 1. Pendahuluan

Indonesia memiliki wirausaha wanita dengan jumlah yang cukup besar mencapai hingga 45% dari angkatan kerja [1]. Hal ini menunjukkan bahwa wanita di Indonesia berpotensi dan memainkan peran penting dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan yang berkontribusi positif terhadap perekonomian negara [2]. Wirausaha wanita selanjutnya dikenal dengan istilah *womanpreneur* yang didefinisikan seorang pengusaha wanita yang dapat mengatur maupun mengelola suatu perusahaan atau bisnis. Jadi *womanpreneur* yakni wirausaha wanita yang memiliki keterampilan sehingga menjadikan kreativitas dan inovasi sebagai sumber daya utama, tenaga penggerak, tujuan maupun kiat dan juga proses dalam menjalankan suatu bisnis [3].

*Womanpreneur* yang menggunakan teknologi digital, internet, *marketplace* atau media sosial seperti instagram, whatsapp, twitter, facebook dan lain sebagainya untuk mengoperasionalkan bisnisnya [4], selanjutnya disebut dengan istilah *woman digital entrepreneur*, atau disingkat *woman digipreneur*. Term ini muncul diawali dari berkembangnya konsep kewirausahaan digital. Kewirausahaan digital didefinisikan sebagai 'mengejar peluang berdasarkan penggunaan media digital dan teknologi informasi dan komunikasi lainnya [5]. Dengan demikian, fokus kewirausahaan digital cenderung pada peningkatan eksploitasi peluang kewirausahaan internet [6]. Tentu saja isu ini turut memberikan pengalaman kewirausahaan pada wirausaha wanita dalam mengembangkan digitalisasi pada usahanya [7], [8]

*Woman digipreneur* dapat tumbuh berkembang dengan pesat jika didukung dengan iklim bisnis yang tepat, terutama iklim bisnis yang ramah terhadap perkembangan teknologi. Iklim usaha online di Jawa Barat (Jabar) dinilai telah semakin kondusif dalam mendukung keberhasilan *digital entrepreneur*. Hal ini disebabkan karena masyarakat Jabar dinilai semakin tanggap teknologi dan semakin tergantung dengan layanan secara online. Peningkatan penggunaan internet menciptakan lebih banyak peluang untuk bisnis *online* [9]

termasuk salah satu pemainnya adalah *woman digipreneur*.

Untuk terus mempertahankan dan memajukan keberlanjutan usahanya, seorang *woman digipreneur* tidak hanya harus memiliki pemikiran inovatif dalam berkreasi pada tahap produksi, tetapi juga inovatif dalam kegiatan pemasaran hingga distribusi. Dengan semakin banyaknya individu yang menggunakan Internet untuk keperluan bisnis, peluang bagi perusahaan untuk mempromosikan produk dan layanan serta berkomunikasi dengan konsumen secara *online* semakin meningkat [10]. Salah satu platform digital yang relevan dengan isu tersebut, yang dapat mempermudah dalam membuka peluang pasar dan terhubung dengan calon konsumen yang lebih luas adalah *platform marketplace*. Partisipasi pada *marketplace* menawarkan potensi untuk memperluas target pasar mereka secara global, mencari pasar dengan jangkauan global [11].

*Marketplace* merupakan platform digital berbasis internet (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari *supplier* sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Terdapat beberapa keuntungan utama menggunakan *platform marketplace*, yaitu meningkatkan visibilitas produk, meningkatkan penjualan dan mengurangi biaya promosi [12], [13].

Beragam produk dapat diperjualbelikan dalam *platform marketplace*, terutama produk-produk yang memiliki ketahanan jangka panjang jika berada dalam proses pengiriman. Salah satu produk yang juga menarik dan banyak diminati oleh konsumen di *platform marketplace* adalah produk *craft* atau kerajinan, terutama kerajinan yang memiliki keunikan dan nilai estetik yang tidak sama. Trend kerajinan saat ini yang sedang digemari oleh banyak Wanita adalah kerajinan dengan teknik *decoupage* [14]. Di Indonesia sendiri, kemunculan seni ini baru dikenal setelah beberapa tahun terakhir. Istilah *decoupage* awal mula berasal dari bahasa Perancis yaitu "*decouper*" yang berarti dipotong [15]. *Decoupage* adalah seni menghias benda atau media dengan cara menempelkan potongan-potongan kertas atau kain ke permukaan benda tersebut. Media yang digunakan pun biasanya



bervariasi mulai dari kaleng, anyaman, kaca, kayu, kanvas, tas, dompet, nampan, talenan, hiasan dinding, dan media lainnya [16]. Pada dasarnya, teknik *decoupage* adalah teknik dengan mengambil motif-motif tertentu menjadi sebuah karya yang dapat difungsikan, maupun sebagai media ekspresi visual dari desainer [17], [18].

Beberapa tahapan untuk membuat *Decoupage* yaitu sebagai berikut:

1. Menyiapkan media dan peralatan;
2. Memilih tisu khusus *Decoupage* sesuai keinginan;
3. Memotong tisu khusus *Decoupage* yang dilakukan dengan mengikuti petunjuk gambar pada tisu *Decoupage*.
4. Menyusun potongan tisu dan menatanya ke media *Decoupage* dengan perlahan dan merata.
5. Menempelkan tisu yang telah ditata dengan lem kertas yang dicairkan menggunakan air
6. Tunggu gambar sampai kering lalu lapkan gambar tersebut dengan cat pelapis. (www.setneg.go.id 2018)

Jika dikaitkan isu *woman digipreneur*, maka teknik kerajinan *decoupage* pada dasarnya dapat merubah barang-barang atau objek yang dipilih menjadi produk dengan nilai kreatif tinggi sehingga dapat memiliki nilai jual [18], [19]. Oleh karena itu, produk kerajinan *decoupage* memiliki potensi yang tinggi karena mempunyai nilai ekonomi yang cukup besar, dengan bahan yang sederhana dan cara pembuatan yang mudah, siapapun dapat menekuni usaha kerajinan ini, untuk dijadikan peluang bisnis kreatif bagi para *woman digipreneur*, yang pada umumnya kerajinan produk *decoupage* disukai dan dikreasikan oleh ibu-ibu rumah tangga [18], [20] Produk *decoupage* dapat dipasarkan menggunakan *marketplace* dan media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan sebagainya [21]., yang jangkauan pasarnya bisa sampai ke luar negeri [18].

Kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui pelatihan yang mengusung tema digital marketing dan produk *decoupage* telah dilakukan oleh beberapa daerah di Indonesia, salah satunya di Rawamangun (N. Nurlaila & L. Yulastri, R, 2017). Akan tetapi, tidak banyak kegiatan sejenis yang melibatkan secara spesifik *woman*

*digipreneur* dan *marketplace*. Sebagian besar memilih ibu-ibu Pengurus PKK dan *social media marketing* sebagai khalayak sasaran dan materinya. Oleh karena itu, inilah yang menjadi keterbaruan dari kegiatan ini, yang diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat lainnya.

## 2. Target dan Luaran

Di era *internet of things* saat ini, metode penjualan yang terus berkembang dengan pesat terutama adalah *marketplace*. Dalam penggunaan *marketplace*, diperlukan sumberdaya yang memiliki kompetensi, khususnya talenta digital yang mampu mengelola platform digital tersebut secara optimal. Hal ini sejalan dengan hasil riset Amazon Web Services, Inc. (AWS) dan firma konsultan bidang strategi dan ekonomi, AlphaBeta dimana hanya 19% dari seluruh angkatan kerja di Indonesia yang mempunyai keahlian di bidang digital. Padahal, Indonesia membutuhkan 110 juta talenta digital baru untuk mendukung ekonomi pada 2025.

McKinsey dan Bank Dunia juga memperkirakan, Indonesia kekurangan sembilan juta pekerja digital hingga 2030. Ini berarti ada kebutuhan 600 ribu pegiat digital per tahun (Burhan, 2022). Sumber Daya Manusia (SDM) berperan penting dalam mengatasi kesenjangan talenta digital dan mendorong pertumbuhan wirausaha digital. menggarisbawahi peran strategis rekrutmen dalam transformasi digital organisasi, menekankan perlunya SDM untuk mengembangkan pemahaman diri baru dalam merekrut talenta digital [23]. Dari penjelasan tersebut, terutama di tengah permasalahan terbatasnya talenta digital *entrepreneur*, untuk mendukung upaya peningkatan talenta digital bisnis, perlu dilaksanakan sebuah pelatihan yang memberikan pengetahuan dan pengalaman praktik yang dapat meningkatkan kompetensi, khususnya talenta digital dalam mengelola platform digital melalui *marketplace* yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis yang dijalankan oleh *woman digipreneur*.

Sebagai produk yang memiliki potensi untuk menjadi peluang usaha yang mendukung keberhasilan *woman digipreneur*, maka kerajinan tangan dengan teknik *decoupage* dapat

menjadi alternatif pilihan yang potensial. Untuk menghemat biaya bahan baku sekaligus memberikan solusi pada masalah sosial di masyarakat, bahan dasar kerajinan tangan yang digunakan adalah limbah rumah tangga yang dapat berupa kaleng, kaca atau plastik yang membutuhkan waktu lama untuk terurai di alam, namun memiliki kelebihan diantaranya adalah tahan lama dan dapat dikreasikan dengan baik [18], [24].

Berdasarkan latar permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan pengembangan *woman digipreneur* melalui pelatihan kerajinan dengan teknik *decoupage* dari limbah rumah tangga bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah kemampuan kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga dalam membuat kerajinan tangan dengan bahan dasar limbah rumah tangga dan apakah terdapat peningkatan kemampuan kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga dalam membuat kerajinan tangan dari limbah rumah tangga dengan teknik *Decoupage*. Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat juga bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan kemampuan kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga mengenai *marketplace* dan pengelolaannya sebagai media untuk transaksi bisnis.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan topik *woman digital entrepreneur*: pelatihan pembuatan produk kerajinan industri kreatif "*decoupage*" berbahan dasar limbah rumah tangga dilaksanakan di desa Cikeruh, kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat dengan menjadikan Kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga sebagai khalayak sasaran. Kegiatan ini diharapkan dapat:

1. Memberikan kemampuan kepada kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga untuk bisa mengolah dan menciptakan produk kreatif yang memiliki nilai jual dari limbah rumah tangga dengan teknik kerajinan *decoupage*
2. Melatih kemampuan kewirausahaan digital melalui pengenalan platform digital *marketplace* serta memotivasi kader PKK dan Ibu-Ibu Rumah Tangga untuk menjadi *woman digipreneur*.
3. Mengurangi limbah rumah tangga dengan mengolahnya menjadi produk kerajinan dengan nilai kreativitas dan nilai jual yang tinggi dan komersial.

### 3. Metodologi

Kegiatan pengembangan *woman digital entrepreneur* melalui pelatihan pembuatan produk kerajinan industri kreatif "*decoupage*" berbahan dasar limbah rumah tangga bagi kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga ini bertujuan untuk meningkatkan talenta kreasi produk dan minat kewirausahaan digital dengan melibatkan 30 kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Cikeruh Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat sebagai khalayak sasaran.

Dalam pelaksanaan kegiatan khususnya pelatihan *decoupage*, pelatihan ini melibatkan mitra yaitu usaha jasa pelatihan kerajinan *decoupage* bernama *Naturacraft: Decoupage & Sculpture Painting!* sebagai narasumber sekaligus trainer. *Naturacraft* adalah sebuah studio kursus dan penyedia alat dan bahan di bidang seni *Decoupage, Sculpture Painting* dan *Sospeso Trasparente. Founder* sekaligus *owner* *Naturacraft* yaitu Nissa Nuraini merupakan *certified teacher* dalam bidang tersebut.

Kegiatan pelatihan ini dilakukan dalam dua kegiatan. Pertama adalah pelatihan pembuatan produk kerajinan *decoupage*, dan yang kedua adalah pelatihan pengenalan *marketplace*. Kedua pelatihan memiliki tahap awal dan tahap evaluasi yang sama, namun memiliki sedikit perbedaan pada tahap pelaksanaan. Berikut penjelasan untuk tahapan pelaksanaan kegiatan:

1. Tahap analisis situasi. Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data oleh tim PMM untuk mendapatkan data dan informasi di seputar permasalahan, kebutuhan dan potensi yang ada pada khalayak sasaran, yang selanjutnya dijadikan dasar untuk merancang bentuk pelatihan yang tepat.
2. Tahap Persiapan Kegiatan. Pada tahap ini dilakukan pembahasan rancangan program dan konsolidasi tim PPM untuk mematangkan program yang akan dilaksanakan, mempersiapkan tim dan pembagian tugas serta perannya masing-masing, agar dalam pelaksanaan program dapat berjalan selaras dan optimal.



3. Tahap Pelaksanaan Kegiatan
  - a. Pelatihan pembuatan produk kerajinan *decoupage*
    - Penyediaan alat dan bahan; berupa paket kit material yang disediakan oleh tim PPM berkolaborasi bersama mitra pelaksanaan kegiatan. Paket Kit material terdiri dari *Napkin, Brush, Spons, Decoupage Glue, Varnish*, dan media talenan. Selain media talenan, peserta kegiatan juga diminta untuk membawa sisa kemasan makanan dari rumah berupa kaleng bekas snack, botol sirup, dan toples kue kering.
    - Ceramah; memberikan penjelasan mengenai cara pembuatan *decoupage*. Penjelasan yang disampaikan terdiri dari deskripsi *decoupage*, gambar produk kreasi *decoupage*, alat dan bahan yang digunakan dan Langkah-langkah dalam mengkreasikan produk *decoupage*.
    - Demonstrasi dan Praktik; narasumber sebagai mitra kegiatan (Naturacraft) mendemonstrasikan cara pembuatan kreasi *decoupage* langsung di depan peserta agar peserta dapat mempraktikkannya secara bersama-sama.
  - b. Pelatihan pengenalan *marketplace*:
    - Ceramah; memberikan pengetahuan tentang konsep dan pengelolaan *marketplace*. Metode ini memberikan informasi dan pengetahuan tentang *marketplace*, digital *entrepreneur* dan *woman digital entrepreneur*.
    - Diskusi dan Tanya Jawab; diskusi dan tanya jawab dilakukan bersama para peserta kegiatan sebagai khalayak sasaran untuk mendorong peserta mengeksplor lebih banyak pengetahuan mengenai *marketplace* dan memotivasi untuk menjadi *woman digital entrepreneur*

Tahap evaluasi & *monitoring* program evaluasi (*Pre-test* dan *Post-test*). Evaluasi dilakukan untuk mengetahui level

pengetahuan, pemahaman dan keterampilan peserta mengenai kreasi *decoupage* dan *marketplace*, serta minat kewirausahaan peserta. Evaluasi dilakukan dengan memberikan peserta kuesioner *pre-test* dan *post-test* tentang informasi *decoupage* dan *marketplace*. Kuesioner *pre-test* dan *post-test* disusun dengan menggunakan 6 item pernyataan untuk evaluasi *decoupage* dan 6 item pernyataan untuk evaluasi *marketplace* dengan menggunakan skala *likert* 1-5. Semakin tinggi angka skala yang dipilih peserta, menunjukkan peserta semakin mengetahui, memahami dan mampu, begitu pula sebaliknya. Hasil kuesioner selanjutnya diolah secara kuantitatif dan dideskripsikan.

## 4. Pembahasan

### 4.1 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan diselenggarakan pada bulan Oktober 2023 selama 2 hari di kantor desa Cikeruh, Kec. Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat. Sementara kegiatan evaluasi dan *monitoring* diselenggarakan pada bulan Oktober dan November 2023, melalui diskusi dengan perwakilan ibu-ibu kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga. Berikut hasil dan pembahasan pelaksanaan kegiatan.

#### **Pelatihan Pembuatan Produk Kerajinan *Decoupage*.**

Kegiatan pelatihan *decoupage* diawali dengan memperkenalkan teknik kerajinan *decoupage* dan bagaimana cara membuatnya kepada khalayak sasaran. Pada tahapan ceramah atau memberikan pengetahuan tentang teknik pembuatan *decoupage* dengan tujuan untuk meningkatkan keahlian dan menambah pengetahuan bagi para khalayak sasaran.

Setelah penyampaian materi tentang konsep dasar *decoupage* diberikan, khalayak sasaran menerima paket materi pembuatan produk *decoupage*. Dengan menggunakan paket kit materi ini, khalayak sasaran kemudian mempraktikkan kreasi produk *decoupage* sesuai dengan preferensi kesukaannya.

Tahapan selanjutnya, narasumber mendemonstrasikan kreasi *decoupage* langsung di depan peserta. Kegiatan ini dilakukan langkah



demikian langkah, dimulai dari pengecatan media yang akan digunakan dengan cat akrilik, proses pengeringan cat, lalu pemotongan tisu decoupage yang akan digunakan, proses menempel tisu dan proses pengeringan. (Gambar 5).



Gambar 1. Demonstrasikan Kreasi Decoupage

Setelah demonstrasikan kreasi decoupage selesai dilakukan, kegiatan dilanjutkan dengan peserta mempraktikkan cara pembuatan kreasi kerajinan tangan secara mandiri ini dengan menggunakan bahan dan alat yang telah disediakan. Selama kegiatan praktik pelatihan berlangsung, para peserta terlihat dapat mengikuti dengan baik, sangat bersemangat dan antusias untuk menghasilkan karya terbaik (Gambar 6). Peserta juga tidak ragu untuk mengajukan pertanyaan jika menghadapi kendala yang menunjukkan keinginan yang besar dari peserta untuk benar-benar dapat menguasai teknik kreasi *decoupage*.



Gambar 2. Praktik Kreasi Decoupage

Di akhir sesi, khalayak sasaran diminta untuk foto bersama dengan produk hasil kreasinya masing-masing, di mana tim PPM dan mitra akan melakukan penilaian untuk memilih produk kreasi *decoupage* terbaik sebagai bentuk apresiasi hasil kerja keras khalayak sasaran.



Gambar 3. Khalayak Sasaran Bersama Produk Decoupage Hasil Kreasinya



Gambar 4. Produk Decoupage Hasil Kreasi Kader PKK dan Ibu-Ibu Rumah Tangga

Para peserta menilai pelatihan ini sangat bermanfaat terutama bagi keterampilan membuat kerajinan tangan dengan Teknik baru yang belum diketahui sebelumnya. Melalui proses pelatihan yang menyenangkan membuat peserta menikmati setiap proses pelatihan dan memudahkan dalam menerima pengetahuan dan melakukan praktik keterampilan produk *decoupage*.

## Pelatihan Pengenalan Marketplace

Pelatihan ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada khalayak sasaran mengenai platform *marketplace* yang dapat digunakan oleh kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga untuk memperjualbelikan produk-produk kreasi *decoupage* yang telah dihasilkan. Dengan mengenal *marketplace*, peserta dapat memanfaatkan dan mengelolanya sehingga pada akhirnya akan mendorong kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga menjadi *woman digital entrepreneur*.

Pelatihan ini di awal dengan sesi ceramah melalui presentasi dimana pembicara menjelaskan tentang konsep dasar dan implementasi *marketplace* dalam bisnis, serta pengetahuan dan keterampilan tentang kewirausahaan digital melalui ide menciptakan produk dengan kreasi *decoupage* yang memiliki nilai tambah dan bernilai jual. Dengan menjadi *woman digital entrepreneur* melalui platform *marketplace*, dengan produk kreasi *decoupage*, kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga memiliki peluang untuk menambah penghasilan mandiri dan meningkatkan ekonomi keluarga. Dengan demikian, waktu keseharian kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga dapat menjadi lebih produktif.



Gambar 5. Sosialisasi Tentang Marketplace



Gambar 6. Diskusi Tentang Marketplace

## 4.2 Perubahan pada Khalayak Sasaran

Dari pelaksanaan kedua kegiatan pelatihan yang telah diuraikan sebelumnya, kemudian dilakukan pengukuran untuk melihat perubahan pada khalayak sasaran, terutama pada aspek peningkatan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan khalayak sasaran kegiatan yang ditunjukkan oleh tabel 1, 2 dan 3. Ketiga tabel tersebut memperlihatkan perbandingan nilai *pre-test* dan *post-test* kegiatan pelatihan dengan masing uraian sebagai berikut:

### Hasil *Pre-test* Dan *Post-test* Pelatihan *Decoupage*

Perubahan pada khalayak sasaran dari pelatihan dapat dilihat dari pada tabel hasil kuesioner pretest dan postest pelatihan berikut:

**Tabel 1. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Pelatihan *Decoupage***

| Item Pernyataan  | Frekuensi Jawaban Responden |     |                   |      | Status           |
|--|-----------------------------|-----|-------------------|------|------------------|
|  | Sebelum Pelatihan           |     | Sesudah Pelatihan |      |                  |
| Saya mengetahui mengenai produk <i>Decoupage</i>   | 3                           | 10% | 30                | 100% | Meningkat        |
| Saya mengetahui manfaat dari kerajinan <i>Decoupage</i>                                      | 7                           | 23% | 30                | 100% | Meningkat        |
| Saya mengetahui media apa saja yang dapat digunakan untuk membuat kerajinan <i>Decoupage</i> | 2                           | 7%  | 30                | 100% | Meningkat        |
| Saya mengetahui cara membuat kerajinan <i>Decoupage</i>                                      | 3                           | 10% | 30                | 100% | Meningkat        |
| Saya mampu membuat kerajinan <i>Decoupage</i>  | 3                           | 10% | 30                | 100% | Meningkat        |
| Saya mampu membuat produk <i>Decoupage</i> dengan beberapa media (talenan, Kaleng, Tople)    | 2                           | 7%  | 30                | 100% | Meningkat        |
| <b>Rata-rata Total Skor</b>  | <b>11%</b>                  |     | <b>100%</b>       |      | <b>Meningkat</b> |

Dari hasil data *pre-test* dan *post-test* yang terangkum pada tabel 1, dapat dipahami bahwa:

1. Sebelum dilakukan pelatihan, sebagian besar khalayak sasaran masih banyak yang belum mengetahui teknik kreasi *decoupage*.
2. Setelah dilakukan pelatihan, terjadi peningkatan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan pada seluruh khalayak sasaran tentang penggunaan dan pemanfaatan dan pengelolaan *decoupage* dengan menghasilkan beragam produk kreatif *decoupage*.

Pada tabel 1 menunjukkan hasil *Pre-test* dengan skor yang diperoleh adalah 11% yang berarti hanya sebagian kecil saja dari peserta khalayak sasaran yang mengetahui dan mampu membuat produk kreasi *decoupage*. Hal ini dimungkinkan karena trend teknik kreasi produk *decoupage* memang masih baru sehingga belum banyak diketahui oleh masyarakat umum. Namun setelah diadakan pelatihan, terlihat peningkatan yang signifikan, dengan skor *post-test* sebesar 100%, yang menunjukkan bahwa seluruh peserta khalayak sasaran yang mengetahui dan mampu membuat produk kreasi *decoupage*. Pada dasarnya teknik kreasi *decoupage* tidak sulit dipelajari dan dipraktik, sehingga bisa mudah dipelajari oleh semua orang, terutama oleh orang yang menyukai dan berbakat dalam seni kerajinan. Perbedaan signifikan akan terlihat pada karya produk *decoupage* dihasilkan, khususnya pada aspek kualitas kerapian, keindahan seni kreasi yang diciptakan dan tekstur *decoupage* pada media yang dikreasikan. Inilah yang akan menjadi produk *decoupage* memiliki daya saing satu sama lain.

Berdasarkan hasil perhitungan *pre-test* dan *post-test* tersebut, mengindikasikan keberhasilan kegiatan dan ketercapaian tujuan pelatihan ini.

### Hasil *Pre-test* Dan *Post-test* Pelatihan Marketplace (Digital Entrepreneurship)

Perubahan pada khalayak sasaran dari pelatihan dapat dilihat dari hasil kuesioner *pre-test* dan *post-test* pelatihan pada tabel berikut:

**Tabel 2. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Pelatihan Marketplace (Digital Entrepreneurship)**

| Item Pernyataan  | Frekuensi Jawaban Responden |     |                   |      | Status    |
|--|-----------------------------|-----|-------------------|------|-----------|
|  | Sebelum Pelatihan           |     | Setelah Pelatihan |      |           |
| Saya mengetahui tentang marketplace  | 23                          | 77% | 30                | 100% | Meningkat |
| Saya suka membeli produk di Marketplace  | 28                          | 93% | 28                | 93%  | Sama      |
| Saya mengetahui cara berjualan di Marketplace                                      | 3                           | 10% | 30                | 100% | Meningkat |
| Saya sudah melakukan penjualan di Marketplace                                      | 3                           | 10% | 3                 | 10%  | Sama      |
| Saya merasa mampu mengelola Marketplace dengan baik sebagai media penjualan        | 2                           | 7%  | 28                | 93%  | Meningkat |
| Saya tertarik untuk bisa berjualan di Marketplace dan menjadi digital entrepreneur | 29                          | 97% | 30                | 100% | Meningkat |
| Rata-rata Total Skor   | 46%                         |     | 83%               |      | Meningkat |

Dari hasil data *pre-test* dan *post-test* yang terangkum pada tabel 2, dapat dipahami bahwa:

1. Terdapat peningkatan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan terkait pemanfaatan dan pengelolaan marketplace sebagai media penjualan dan pemasaran bagi para pelaku bisnis.
2. Setelah dilakukan pelatihan, khalayak sasaran menjadi lebih berminat dan berkeinginan untuk berjualan di *marketplace*. Ini mengindikasikan bahwa khalayak sasaran berminat dan berkeinginan untuk menjadi wirauasaha wanita yang selanjutnya akan disebut sebagai *woman digital entrepreneur*. *Digital entrepreneur* merupakan wirausaha yang memanfaatkan teknologi digital untuk mengoperasionalkan *core* bisnisnya.





Pada tabel 2 menunjukkan hasil *Pre-test* dengan skor yang diperoleh adalah 46% yang berarti hanya sebagian kecil saja dari peserta khalayak sasaran yang mengetahui, mampu mengelola dan telah berjualan di *marketplace*. Hal ini dimungkinkan karena masih terbatasnya pengetahuan dan pengalaman khalayak sasaran terhadap platform *marketplace*. Sebagian besar khalayak sasaran menggunakan platform *marketplace* hanya sebagai media pembelian, sehingga hanya berperan sebagai konsumen. Namun setelah diadakan pelatihan, terlihat peningkatan yang signifikan, dengan skor *post-test* sebesar 100%. Skor ini mengindikasikan bahwa pelatihan *marketplace* mampu mengubah pola pikir khalayak sasaran untuk termotivasi, berani dan berminat untuk mengeksplorasi peluang usaha yang ditawarkan platform *marketplace* sebagai media penjualan dan berperan aktif sebagai *woman digital entrepreneur*. Berdasarkan hasil perhitungan *pre-test* dan *post-test* tersebut, mengindikasikan keberhasilan kegiatan dan ketercapaian tujuan pelatihan ini.

### Hasil Evaluasi Dan Monitoring pelatihan Decoupage Dan Marketplace (Digital Entrepreneurship)

Kegiatan evaluasi dan monitoring dilakukan dengan mengadakan wawancara dan diskusi dengan pihak perwakilan kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga untuk mereview dan memberikan *feedback* berupa testimoni terhadap proses dan hasil pelatihan. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa peserta kegiatan sebagai khalayak sasaran memberikan testimoni sangat puas dengan kegiatan PPM ini. Peserta mengaku mendapatkan pengetahuan, wawasan dan keterampilan dalam membuat produk *decoupage*, serta memotivasi dan meningkatkan minat khalayak sasaran untuk menjadi *woman digital entrepreneur* dengan memanfaatkan platform *marketplace*.

### 5. Kesimpulan

Kegiatan pelatihan kerajinan tangan *decoupage* berbahan dasar limbah rumah tangga bagi kader PKK dan ibu-ibu rumah tangga ini berjalan dengan baik. Skor *pre-test* peserta kegiatan pelatihan adalah 11% dan pada *post-test* menjadi 100%. Peningkatan ini memperlihatkan bahwa tujuan pelatihan yaitu menambah pengetahuan, pemahaman dan kemampuan kader

PKK dan ibu-ibu rumah tangga sebagai khalayak sasaran kegiatan pelatihan *decoupage* sudah tercapai.

Selain itu pelatihan *marketplace* juga berjalan dengan baik. Skor *pre-test* peserta kegiatan pelatihan adalah 46% dan pada *post-test* menjadi 83%. Peningkatan ini memperlihatkan bahwa tujuan pelatihan yaitu menambah pengetahuan, pemahaman, mengubah pola pikir, memotivasi, dan mendorong khalayak sasaran untuk memanfaatkan platform *marketplace* sebagai media penjualan dan berperan aktif menjadi *woman digital entrepreneur* berhasil dicapai.

### 6. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih atas dukungan dana dari PPM FISIP Universitas Padjadajaran untuk semua proses kegiatan PPM ini.

### 7. Daftar Pustaka

- [1] M. Setini, D. Asih, N. N. K. Yasa, N. M. S. Utami, and I. G. A. K. Gantari, "The role of brand image in mediating the influence of customer perceived value on the loyalty of facebook users," *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, vol. 12, no. 5 Special Issue, pp. 1284–1293, 2020, doi: 10.5373/JARDCS/V12SP5/20201887.
- [2] B. Orser, A. Riding, and Y. Li, "Technology adoption and gender-inclusive entrepreneurship education and training," *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 11, no. 3, pp. 273–298, Aug. 2019, doi: 10.1108/IJGE-02-2019-0026.
- [3] A. Novialumi, A. Affandy, and U. Narimawati, "Perkembangan Media Sosial dalam Merubah Perilaku Women Entrepreneurship di Kota Bekasi," *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, vol. 15, no. 2, pp. 188–195, Oct. 2020, doi: 10.32534/jv.v15i2.1412.
- [4] F. Fourqoniah and F. Aransyah, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Wirausahawan Wanita di Masa Pandemi Covid-19: Studi Literatur Sistematis," *Matarik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 15, no. 2, pp. 265–275, 2021, doi: 10.24843/MATRIK:JMBK.2021.v15.i02.p9
- [5] E. Davidson and E. Vaast, "Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment," in *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 2010, pp. 1–10.
- [6] C. E. Hull, Y. T. C. Hung, N. Hair, V. Perotti, and R. Demartino, "Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship," *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, vol. 4, no. 3, pp. 290–303, 2007, doi: 10.1504/IJNVO.2007.015166.



- [7] C. Henry, L. Foss, and H. Ahl, "Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches\*," *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, vol. 34, no. 3, pp. 217–241, May 2016, doi: 10.1177/0266242614549779.
- [8] A. M. Dy, S. Marlow, and L. Martin, "A Web of opportunity or the same old story? Women digital entrepreneurs and intersectionality theory," *Human Relations*, vol. 70, no. 3, pp. 286–311, Mar. 2017, doi: 10.1177/0018726716650730.
- [9] Y. Putri, "Digital Marketing Dorong UMKM Kuasai Pasar Online," <https://digitalbisa.id/>.
- [10] A. P. Torres, S. S. Barton, and B. K. Behe, "Evaluating the business and owner characteristics influencing the adoption of online advertising strategies in the green industry," *Horttechnology*, vol. 29, no. 3, pp. 374–381, Jun. 2019, doi: 10.21273/HORTTECH04274-19.
- [11] R. Stockdale and C. Standing, "Benefits and barriers of electronic marketplace participation: An SME perspective," *Journal of Enterprise Information Management*, vol. 17, no. 4, pp. 301–311, Aug. 01, 2004. doi: 10.1108/17410390410548715.
- [12] K. Täuscher and S. M. Laudien, "Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces," *European Management Journal*, vol. 36, no. 3, pp. 319–329, Jun. 2018, doi: 10.1016/j.emj.2017.06.005.
- [13] M. Islamadi, A. Prasetya Nanda, E. Ya, A. Syarifuddin, B. Herindri, and S. Utami, "Sosialisasi Peningkatan Hasil Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Ukm) Menggunakan Marketplace Di Pekon Sukoharjo 1," *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 3, no. 4, pp. 126–131, 2022.
- [14] T. Hendraidjat, *Berkreasi Berbagai Teknik Decoupage Bersama Inspiration Craft*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- [15] N. Nurlaila and L. Yulastri, "Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Kelurahan Rawamangun dalam Pelatihan Pembuatan Decoupage Dari Tissue Berbasis Industri Kreatif," *Sarwahita*, vol. 14, no. 02, pp. 151–155, Dec. 2017, doi: 10.21009/sarwahita.142.10.
- [16] Humas Kemensetneg, "Mengenal Lebih Dekat Seni Decoupage di Pekan Kunjung Perpustakaan Kemensetneg," <https://www.setneg.go.id/>. Accessed: Nov. 24, 2023. [Online]. Available: <https://www.setneg.go.id/>
- [17] R. A. Mutiarani, "Perancangan Buku Decoupage Berdasarkan Desain Komunikasi Visual," *Jurnal Seni Rupa & Desain*, vol. 24, no. 1, pp. 15–20, 2021.
- [18] R. Novianti, R. Linda, N. Rahayu, N. Putu, and N. Wijayanti, "Kerajinan tangan Decoupage dari bahan bekas," *Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat*, pp. 2021–2032, 2021, doi: 10.31258/unricsce.3.118.
- [19] Nurmaya, N. Eka Diana, I. Kurnianingsih, and Rosini, "Pelatihan Peningkatan Nilai Produk Kerajinan Tangan Decoupage dan Pemasaran Produk untuk Ibu Rumah Tangga," *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 53–59, 2019.
- [20] @mgr, "Decoupage, Kerajinan Unik dan Kreatif," <https://bangunjiwo-bantul.desa.id/>.
- [21] H. A. Vidyastuti, H. Utarsih, and A. Nurfitriana, "Pembuatan Kerajinan 'Decoupage' Pelatihan E-Marketing dan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana di Kelurahan Cisaranten Endah Kecamatan Arcamanik," *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, vol. 2, no. 1, pp. 171–174, 2017.
- [22] F. A. Burhan, "Induk Shopee Buat Sea Labs di Indonesia, Bidik 1.000 Talenta Digital," <https://katadata.co.id/>.
- [23] P. M. Gilch and J. Sieweke, "Recruiting digital talent: The strategic role of recruitment in organisations' digital transformation," *German Journal of Human Resource Management*, vol. 35, no. 1, pp. 53–82, Feb. 2021, doi: 10.1177/2397002220952734.
- [24] A. Z. Mutaqin, "Pengelolaan Sampah Organik Rumah Tangga dalam Penanggulangan Pencemaran Lingkungan di Desa Bumiwangi Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung," *GEOAREA*, vol. 1, no. 1, pp. 32–36, 2018.

