

Pengembangan Inovasi Pembuatan Tote Bag dan Mengoptimalkan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

Yanuanda Millenia

Universitas 17 Agustus Surabaya,

yanuandamw@gmail.com

Abstrak

Dahulu totebag dianggap tas biasa yang kurang sesuai dengan definisi sebuah produk tas, namun seiring perkembangan zaman sekarang totebag menjadi aksesoris paling trend dikalangan anak muda. Berbicara tentang trend, totebag juga menjadi salah satu gaya fashion yang praktis dan nyaman untuk dipakai sehari-hari. Menurut anak muda sekarang yang mengikuti trend zaman, penggunaan totebag terbilang luas bukan hanya sebagai aksesoris saja melainkan juga dapat difungsikan untuk membawa benda dalam jumlah yang cukup banyak. Selain itu tote bag merupakan tas yang berbahan kanvas sebagai bahan dasar, kualitas totebag lebih menarik dan lebih murah daripada tas yang lainnya, misalnya lebih trendy dan memiliki tampilan yang unik. Totebag juga memiliki desain gambar dan model yang sedang trend pada saat ini. Dan tote bag juga bisa menjadi salah satu peluang usaha bagi Usaha Kecil Menengah, karena sekarang permintaan pasar terhadap tote bag sedang meningkat dan modal yang diperlukan tidak terlalu besar. Maka dari itu usaha satu ini cukup menggiurkan dengan ada nya kreatifitas yang unik dan trendy.

Kata kunci: Tulis; Tote bag, Kain Kanvas, Digital Marketing

Pendahuluan

Sebagai seorang yang akan memulai suatu usaha, harus mengetahui potensi dan peluang, karena akan mempengaruhi penjualan yaitu dengan memperkirakan perkembangan usaha untuk kedepannya. Salah satu rumah usaha yang memproduksi tas berjenis tote bag yang bisa kita temui di daerah Embong Malang. Maka dari itu penulis akan meneliti proses pembuatan tote bag tersebut. Dengan tujuan untuk mempelajari tata cara pembuatan tote bag dan menunjukkan kepada masyarakat bagaimana cara membuat tote bag dengan baik dan benar. Lokasi rumah produksi totebag ini terletak di Jawa Timur, Kota Surabaya, Kecamatan Genteng, khususnya di Kebangsren. Lokasi kampung Kebangsren yang terletak di tengah Kota Surabaya.

Rumusan Masalah :

1. Apa tujuan dibuatnya produk tote bag dengan teknik penyablonan DTF (Direct Transfer Film)?
2. Bagaimana cara masyarakat dalam berinovasi untuk mengembangkan peluang usaha?
3. Kurangnya inovasi dalam membuat sketsa dan pemasaran produk?

Tujuan :

1. Untuk menambah tampilan dan inovasi produk tas yang ada di pemasaran.
2. Di era industri 4.0 masyarakat dapat memanfaatkan media internet sebagai acuan untuk menambah referensi dalam berinovasi. Referensi tidak hanya di dapat dari media internet, tetapi juga dari inovasi pemikiran tambahan dari sumber daya manusia. Hal ini dapat membuka peluang usaha bagi orang lain.

3. Membuat gambar dengan keestetikan di era modern saat ini dan untuk pemasaran produk tidak hanya dikenalkan di masyarakat sekitar saja, tetapi diluar masyarakat sekitar juga perlu mengetahui tentang produk totebag yang dibuat oleh masyarakat kebangsren dengan memanfaatkan media sosial.

Metode

1. Perencanaan Tempat Produksi

Tempat produksi akan dilakukan di kampung Kebangsren IV No. 22, Surabaya.

2. Peluang Pasar

Tote bag merupakan sebuah tas yang sedang trend pada era sekarang dan digemari oleh kalangan anak muda serta dewasa terutama pada kaum perempuan. Tetapi pada produk yang kami ciptakan sudah terdapat inovasi baru, seperti menggunakan teknik lukisan dan sablon DTF.

3. Strategi Pemasaran

Price :

Tote bag ViArt dijual dengan harga Rp. 60.000 – 65.000,- karena menggunakan teknik lukis dan sablon DTF dimana teknik tersebut membutuhkan ketelitian dan kesabaran.

Product :

Tote bag ViArt menggunakan bahan yang tebal dan pewarnaan yang dilakukan menggunakan teknik tie dye.

Promotion :

Promosi tote bag ViArt akan menggunakan media sosial seperti Instagram, Twitter dan TikTok Shop.

Hasil Dan Pembahasan

1. Desain gambar tote bag : sketsa pembuatan produk totebag melalui aplikasi pinterest.
2. Masyarakat memanfaatkan media internet sebagai acuan untuk menambah referensi dalam berinovasi. Dan juga memanfaatkan sumber daya manusia sebagai sumber untuk mewujudkan produk totebag tersebut.
3. Masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai jembatan untuk mengenalkan produknya ke masyarakat yang lebih luas.

Kesimpulan

Pada era ini fashion aksesoris totebag sangat berpengaruh dalam aktivitas sehari-hari karena penggunaan totebag sekarang bukan hanya sekedar untuk menaruh barang belanjaan namun juga sebagai style yang sedang trend dikalangan anak muda. Selain itu totebag juga bisa menjadi peluang usaha bagi Usaha Kecil Menengah, karena permintaan pasar terhadap totebag yang semakin meningkat dan modal yang diperlukan tidak terlalu besar.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa kehendak dan Rahmat-Nya, penyusun mampu menyelesaikan kegiatan KKN dengan baik. Pada kesempatan ini, ucapan

rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan izin dalam penulisan ini, terutama kepada :

1. Bapak Doan Widhiandono, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing KKN ini
2. Ibu Via selaku pemilik usaha totebag.

Daftar Pustaka

- Istanti, E., & Sanusi, R. (2021). Program Pengembangan Pemasaran Umkm Di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon Melalui Media Sosial. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Jatmiko, D., & Poerbowati, E. (2021). STRATEGI REYOG ONGGO PATI DI ERA KAPITALISME. *PARAFRASE: Jurnal Kajian Kebahasaan & Kesastraan*, 21(1).
- Natasya Christina D.S.S. 2021 "Membuat Kerajinan Tangan Dengan Memanfaatkan Limbah Plastik Sebagai Upaya Meningkatkan Kreativitas Anak Dan Menciptakan Barang Bernilai Jual Di Perumahan Larangan Mega Asri RT. 38 RW. 08 Kel. Larangan Kec. Candi Sidoarjo". Prosiding Seminar Nasional Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.