

## **Pemanfaatan Kain Perca Bagi Penjahit Putri Guna Meningkatkan Omset Ditengah Pandemi Covid-19 Di Desa Padangsambian Klod**

Ni Putu Ekawahyu Pratiwi  
Universitas Pendidikan Nasional

### **Keywords :**

Community Deduction,  
Patchwork,  
Tailor in Padangsambian Klod Village,  
Textile Waste.

### **Corespondensi Author**

Fakultas Teknik Informasi,  
Undiknas Denpasar  
email: ekawahyupratiwi28@gmail.com

**Abstract:***Fabric waste, including inorganic waste, continues to increase every year due to the fast pace of today's fashion. The United States Environmental Protection Agency (US EPA) reports that 5% of the world's land is covered by textile waste that cannot be recycled and decomposed at an increase of 3% to 5% annually (Munir et al., 2021). If there is an increase from year to year of course this will pollute the earth. Therefore, patchwork waste must be recycled into creative products that have economic selling value, such as tissue boxes. In addition to reducing earth pollution due to textile waste, the process of recycling waste into creative tissue box products can also help tailors increase turnover in the midst of the Covid-19 pandemic. This community service activity involves tailors in Padangsambian Klod Village. The method of this community service activity is observation or interviews with tailors, explaining solutions and work programs, then implementing work programs according to what has been prepared. The work program starts from providing education on the use of patchwork waste, branding products and services through digital marketing, and examples of making tissue box products. This activity aims to reduce textile waste while increasing the turnover of tailors amid the Covid-19 pandemic.*

**Abstrak:**Limbah kain termasuk limbah anorganik yang terus meningkat setiap tahunnya dikarenakan oleh pesatnya laju fast fashion dewasa ini. Badan Perlindungan Lingkungan Amerika Serikat (US EPA) melansir bahwasanya 5% daratan di dunia ini tertutupi oleh limbah textile yang tidak dapat didaur ulang dan diuraikan dengan peningkatan 3% sampai 5% setiap tahunnya (Munir et al., 2021). Jika terjadi peningkatan dari tahun ke tahun tentu saja hal ini akan mencemari bumi. Oleh karena itu limbah kain perca harus didaur ulang menjadi produk kreatif yang memiliki nilai jual ekonomis seperti kotak tisu. Disamping untuk mengurangi pencemaran bumi akibat limbah textile, proses daur ulang limbah menjadi produk kreatif kotak tisu ini juga dapat membantu penjahit meningkatkan omset ditengah pandemi Covid-19. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan penjahit di Desa Padangsambian Klod. Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu observasi atau wawancara kepada penjahit, memaparkan solusi dan program kerja, lalu pelaksanaan program kerja sesuai yang telah disusun. Program

kerja dimulai dari memberi edukasi pemanfaatan limbah kain perca, branding produk dan jasa melalui digital marketing, dan contoh pembuatan produk kotak tisu. Kegiatan ini bertujuan untuk mengurangi limbah textile sekaligus menambah omset penjahit ditengah pandemi Covid-19.

---

## Pendahuluan

Pada akhir tahun 2019 dunia mengalami wabah virus yang terbilang sangat mematikan. Virus ini ditemukan pertama kali di Wuhan, China. Virus ini dikenal dengan sebutan Covid-19 yang memiliki kepanjangan Corona Virus Disease of 2019. Nama Covid-19 diberikan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) yang dirilis pada 11 Februari 2020 (dr. Alvin Saputra, 2021). Virus ini menyebabkan flu berat pada penderitanya, selain itu dapat menyebabkan infeksi atau sindrom pernapasan akut yang parah bahkan kematian. Tidak memakan waktu yang lama virus ini kemudian menyebar ke seluruh belahan dunia, termasuk Indonesia. Kasus pertama ditemukan di Depok, Jawa Barat. Sampai saat ini pandemi tak kunjung dinyatakan usai, bahkan dari hari ke hari kasus semakin meningkat.

Upaya pemerintah dalam menangani pandemi berawal dengan melakukan karantina selama 2 minggu penuh, dimana semua sekolah, kantor pemerintahan maupun swasta, mall, toko, pasar, serta semua sektor usaha diwajibkan untuk melakukan kegiatannya secara online. Kemudian pemerintah menerapkan sistem Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) (Mutia Fauzia, 2021). Menyusul terjadinya lonjakan kasus Covid-19 di sejumlah daerah, Pemerintah menetapkan sejumlah kebijakan yang bertujuan untuk membatasi mobilitas dan interaksi masyarakat, khususnya di daerah-daerah dengan tingkat penularannya tinggi (zona merah). Hal ini dilakukan untuk mengurangi laju penyebaran virus Covid-19. Sejumlah langkah tegas yang diambil Pemerintah guna membatasi mobilitas masyarakat agar dapat mengurangi laju penyebaran virus Covid-19 salah satunya dengan kembali memperpanjang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) skala Mikro (Rokom, 2021).

Disisi lain, virus ini menyebabkan matinya ekonomi ditengah masyarakat. Semua sektor bisnis sangat merasakan dampak dari pandemi ini terlebih lagi sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM). Pandemi covid-19 ini telah membawa kesengsaraan yang meluas terhadap pekerja sektor formal dan informal. Lebih dari 1,5 juta jiwa pekerja telah dirumahkan atau terkena PHK (Rosita, 2020). Salah satunya yang terdampak yaitu para penjahit yang berada di Desa Padangsambian Klod. Profesi sebagai penjahit merupakan pekerjaan menjual jasa. Di kondisi seperti saat ini, setiap orang tentunya lebih mengutamakan kepentingan pokok seperti pangan dan obat – obatan daripada menggunakan jasa penjahit untuk menjahit pakaian. Hal ini menyebabkan pendapatan penjahit menurun drastis dan akan mematikan para penjahit secara perlahan jika penjahit tidak mulai bergerak melakukan inovasi baru.

Oleh karena itu maka dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini penulis berharap dapat mengedukasi para penjahit disekitar tempat tinggal penulis mengenai pemanfaatan kain perca menjadi produk kreatif yang memiliki nilai jual di pasaran, selain itu memberi edukasi kepada para penjahit tentang bagaimana melakukan *branding* produk dan jasanya melalui media sosial. Tujuannya untuk mencakup pangsa pasar yang lebih besar jika dibandingkan dengan menjual produk dan jasa hanya secara konvensional saja. Maka dari itu penulis memutuskan untuk menulis artikel berjudul "Pemanfaatan Kain Perca Bagi Penjahit Guna Meningkatkan Omset ditengah Pandemi Covid-19 di Desa Padangsambian Klod".

Tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini yaitu:

1. Untuk mengedukasi penjahit bahwa kain perca bisa dimanfaatkan menjadi produk kreatif yang bernilai jual.
2. Untuk mengedukasi penjahit cara *branding* produk dan jasa penjahit melalui media sosial.

Pandemi Covid-19 tak kunjung dinyatakan usai di dunia khususnya di Indonesia. Aspek ekonomi menjadi aspek yang pertama mengalami penurunan secara drastis. Bagaimana tidak, beberapa sektor usaha seperti pariwisata, mall, restoran terpaksa tutup saat adanya kebijakan PSBB dan PPKM dari pemerintah. Profesi penjahit perorangan mungkin saja tidak mendapat kebijakan secara langsung dari pemerintah untuk tutup sementara saat PPKM seperti saat ini. Meskipun penjahit tetap buka, pendapatan bulanan tetap menurun dikarenakan orang-orang lebih memprioritaskan kebutuhan pokok seperti pangan dan obat-obatan. Hal ini menuntut setiap sektor usaha melakukan inovasi bisnis menyesuaikan situasi dan kondisi. Jika penjahit tidak

melakukan inovasi hal-hal baru, mungkin saja kedepannya pandemi ini bisa menyebabkan kebangkrutan karena tidak ada yang bisa memastikan kapan pandemi akan usai.

Solusi yang dapat penulis sarankan terkait dengan permasalahan menurunnya omset penjahit secara drastis ditengah pandemi Covid-19 yaitu dengan mengedukasi para penjahit bahwa kain perca yang sudah tidak terpakai bisa diolah menjadi produk kreatif yang memiliki nilai jual. Proses pembuatan produk kreatif kotak tisu ini terbilang cukup mudah dan memiliki nilai jual. Selain cukup mudah dibuat, produk ini tidak membutuhkan modal yang besar. Hanya dengan sisa kain jahitan (kain perca), kardus atau karton yang tidak terpakai, dan lem saja penjahit sudah dapat membuat produk kotak tisu ini. Penjahit dapat mengolah kain tersebut menjadi produk kreatif seperti kotak tisu dan memasarkannya melalui media sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah seperangkat aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas kerangka ideologis dan teknis web 2.0, yang memungkinkan terciptanya pertukaran konten informasi bagi pengguna internet (Moch et al., 2016).

Ditengah pandemi ini pengguna jasa penjahit semakin hari semakin sedikit. Oleh sebab itu banyak penjahit yang menganggur, sehingga dengan penjahit berinovasi membuat produk kreatif menggunakan kain perca diharapkan bisa menambah pendapatan. Tak hanya berinovasi membuat produk kreatif saja, tetapi dengan dikenalkannya sosial media sebagai wadah bagi penjahit untuk mempromosikan produk sekaligus jasanya juga diharapkan bisa memperluas pangsa pasar hingga ke seluruh kalangan masyarakat istilah ini biasanya dikenal dengan *digital marketing*. Menurut Sanjaya dan Tarugan pada tahun 2009 *digital marketing* dapat didefinisikan sebagai kegiatan marketing termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis web untuk promosi produk (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Dengan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2008).

## Metode

Bahan yang digunakan dalam membuat produk kreatif kotak tisu ini yaitu: kain perca, lem, kardus (*optional*). Alat yang digunakan yaitu: gunting, pensil, penggaris, dan *cutter*.

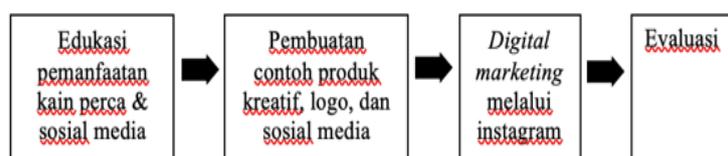


Gambar 2.1 Alat



Gambar 2.2 Bahan

Adapun beberapa metode yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan pengabdian masyarakat di desa setempat yaitu:



Berikut ini ialah tahapan – tahapannya:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan proses persiapan program kerja yang akan dilakukan. Adapun program kerja yang akan dilakukan yakni:

- Mengedukasi penjahit mengenai pemanfaatan kain perca menjadi produk kreatif sekaligus membuat contoh produk kreatif.
- Mengedukasi penjahit mengenai pemanfaatan sosial media instagram sebagai wadah untuk promosi produk dan jasa (*digital marketing*).
- Membuat logo.
- Membuatkan sosial media.

b. Tahap Observasi

Selanjutnya, dilakukan observasi ke lokasi penjahit di dekat tempat tinggal penulis di Desa Padangsambian Klod. Tujuannya untuk menggali informasi mengenai kegiatan para penjahit, pendapatan penjahit ditengah pandemi, dan informasi-informasi terkait lainnya.

c. Tahap Pelaksanaan

Program kerja yang telah dirancang akan disosialisasikan dan diterapkan oleh penjahit. Harapan penulis dengan adanya program kerja ini dapat membantu penjahit dalam meningkatkan pendapatan ditengah pandemi Covid-19 ini.

d. Tahap Evaluasi

Tahap ini dilakukan proses evaluasi terhadap program kerja yang sudah diterapkan apakah program kerja tersebut efektif atau tidak.

## Hasil Dan Pembahasan

Berikut ini merupakan beberapa hasil dari pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Padangsambian Klod:

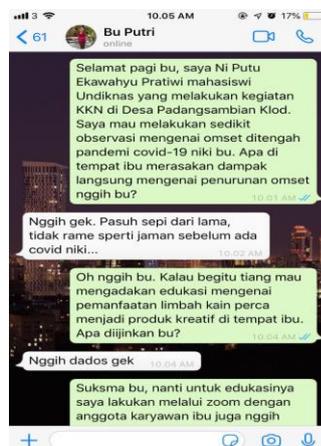
1. Tahap Persiapan

Adapun persiapan program kerja yang akan dilakukan yakni:

- a. Mengedukasi penjahit mengenai pemanfaatan kain perca menjadi produk kreatif sekaligus membuat contoh produk kreatif.
- b. Mengedukasi penjahit mengenai pemanfaatan sosial media instagram sebagai wadah untuk promosi produk dan jasa (*digital marketing*).
- c. Membuatkan logo.
- d. Membuatkan sosial media.

2. Tahap Observasi

Observasi dilakukan dengan wawancara bersama Bu Putri melalui Whatsapp mengenai bagaimana omset Putri Tailor ditengah pandemi Covid-19.



Gambar 3.1 Wawancara melalui Whatsapp Melakukan

3. Tahap Pelaksanaan

- a. Edukasi pemanfaatan kain perca menjadi produk kreatif sekaligus pembuatan contoh produk



Gambar 3.2 Edukasi pemanfaatan limbah kain perca melalui zoom

Pembuatan logo yang menarik agar menambah minat konsumen untuk membeli, dan dengan adanya logo pada kemasan ini dapat membangun kepercayaan konsumen karena sudah tertera nama dan nomor telepon yang ada pada logo Kain Jumputan Sutra.

Edukasi mengenai pemanfaatan kain perca diberikan secara *online* melalui aplikasi *zoom*. Hal ini dikarenakan diberlakukannya PPKM di Denpasar. Dalam pemberian edukasi ini penjahit bekerja sama secara kooperatif dalam menyimak materi serta memiliki antusias yang tinggi. Menurut A. Hamidin (2012:12), kain perca merupakan kain yang menjadi limbah pabrik konveksi, atau dalam bahasa mudahnya kain sisa dari tempat-tempat atau pabrik yang memproduksi pakaian (Doriza et al., n.d.). Biasanya kain perca akan menumpuk menjadi limbah yang tidak berguna serta bisa menyebabkan pencemaran lingkungan. Seiring berkembangnya industri *fast fashion* limbah kain sisa produksi meningkat pesat setiap tahunnya. Hal ini tentu akan menimbulkan dampak negatif bagi bumi di masa mendatang.

Salah satu penanganan terhadap limbah adalah memanfaatkan limbah tersebut sehingga memiliki nilai ekonomis (Doriza et al., n.d.). Kain perca juga bisa menjadi manfaat jika diolah menjadi produk kreatif seperti kotak tisu. Berdasarkan hal tersebut maka penulis mengedukasi penjahit di desa setempat untuk memanfaatkan kain perca menjadi produk kreatif yang memiliki nilai jual. Proses pembuatan kotak tisu terbilang sangatlah mudah. Selain itu modal yang diperlukan juga tidak besar. Selanjutnya, berikut adalah tahapan pembuatan produk kreatif kotak tisu:

- Siapkan alat dan bahan.
- Potong kardus sesuai dengan ukuran yang ingin dibuat.
- Lem potongan kardus tersebut hingga membentuk kotak persegi panjang.
- Tempel kain perca pada sisi luar kotak tisu.



Gambar 3.3 Contoh produk kreatif

Setelah semua proses pembuatan kotak tisu selesai, maka kotak tisu bisa langsung dijual ataupun dipromosikan melalui digital marketing. Dengan adanya solusi ini diharapkan dapat mengurangi pencemaran

lingkungan yang disebabkan limbah industri pakaian dan juga dapat meningkatkan pendapatan penjahit ditengah pandemi seperti saat ini.

- b. Mengenalkan dan membuatkan sosial media sebagai wadah *digital marketing*.



Gambar 3.4 Edukasi pemanfaatan sosial media melalui zoom

Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merk suatu produk (Moch et al., 2016). Media sosial kini menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Maka dari itu penulis memperkenalkan media sosial sekaligus mengedukasi kepada penjahit bahwa media sosial dapat digunakan sebagai wadah untuk mempromosikan produk dan jasanya.

Melalui media sosial penjahit bisa mendapatkan *customer* dari berbagai daerah di Indonesia bahkan berbagai belahan dunia. Penjahit dapat mengunggah foto produk kreatif ataupun hasil jahitan pada media sosial. Diharapkan dengan adanya media sosial ini dapat meningkatkan pendapatan penjahit. Nama akun instagram yang telah didiskusikan oleh penulis bersama penjahit yang bersangkutan yaitu @putritailorbali atau [www.instagram.com/putritailorbali](http://www.instagram.com/putritailorbali).



Gambar 3.5 Sosial media Instagram

- c. Membuat logo usaha



Gambar 3.6 Logo Usaha

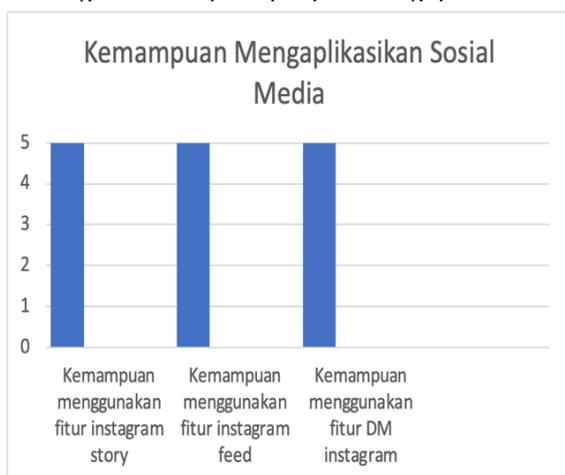
Logo merupakan aspek penting dalam suatu bisnis. Logo menggambarkan identitas bisnis dan juga dapat digunakan untuk marketing atau pemasaran suatu bisnis. Logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan atau produk yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial (Ramadhani et al., n.d.).

Dengan membuat design logo untuk penjahit diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* ditengah masyarakat sehingga masyarakat mudah mengingat hanya dengan melihat logo saja. Logo yang mudah diingat akan meningkatkan peluang datangnya *customer*. Penentuan warna logo tidak dipilih secara acak tanpa memikirkan nilai yang terkandung didalamnya. Pemilihan warna biru sebagai warna dasar pada logo yaitu karena warna biru melambangkan kepercayaan dan pemilihan warna putih pada tulisan dan icon lainnya karena warna putih melambangkan keabadian dan kesucian.

d. Evaluasi program kerja

Setelah semua program kerja terlaksana maka tahap selanjutnya yaitu mengevaluasi program kerja yang sudah diterapkan untuk mengukur keefektifan solusi yang diberikan. Survey ini dilakukan secara online melalui google form. Berikut ini ialah grafik survey tingkat keberhasilan solusi:

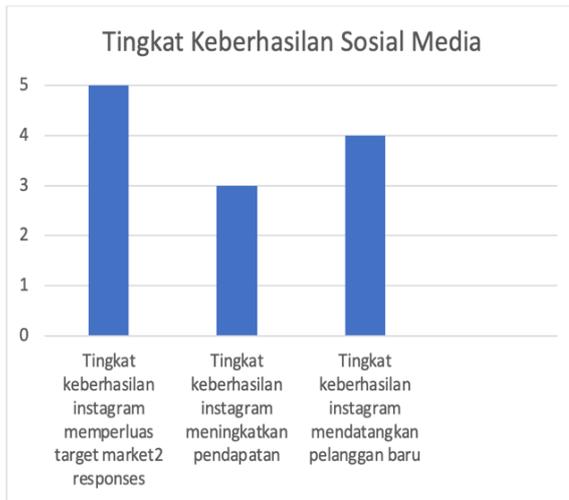
- Tingkat kemampuan penjahit mengaplikasikan sosial media



Gambar 3.7 Tingkat kemampuan penjahit mengaplikasikan sosial media

Pada grafik berdasarkan survey diatas menyatakan bahwa tingkat pemahaman edukasi yang diberikan kepada penjahit terbilang berhasil, dimana penjahit dapat memahami edukasi mengenai pemanfaatan sosial media secara baik.

- Tingkat keberhasilan sosial media



Gambar 3.8 Tingkat keberhasilan sosial media

Pada grafik berdasarkan survey diatas menyatakan bahwa pemanfaatan sosial media sebagai wadah digital marketing berdampak baik.

- Tingkat Perubahan Sebelum dan Sesudah dilaksanakannya Program Kerja

No	Sebelum dilaksanakan Program Kerja	Setelah dilaksanakan Program Kerja
1	Sebelum dilakukannya <i>digital marketing</i> , putri tailor hanya menjual jasa dan produk secara konvensional.	Setelah dilakukannya <i>digital marketing</i> , putri tailor bisa mempromosikan jasa dan produk melalui sosial media instagram.
2	Sebelum dilakukannya <i>digital marketing</i> , putri tailor hanya dikenal masyarakat sekitar.	Setelah dilakukannya <i>digital marketing</i> , putri tailor lebih dikenal masyarakat luas, tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar.
3	Sebelum diterapkannya program kerja mengolah limbah kain perca produk kreatif, putri tailor tidak pernah mendaur ulang limbah kain perca.	Setelah diterapkannya program kerja mengolah limbah kain perca produk kreatif, putri tailor mulai mengolah limbah kain perca menjadi produk kreatif.
4	Sebelum dilaksanakan program KKN ini putri tailor tidak memiliki akun sosial media.	Setelah dilaksanakan program KKN ini putri tailor sudah memiliki akun sosial media.
5	Sebelum dilaksanakan program KKN ini putri tailor tidak memiliki logo melainkan hanya plang yang berisi tulisan saja.	Setelah dilaksanakan program KKN ini putri tailor sudah memiliki logo untuk digunakan di sosial media.

Tabel 1.1 Perbandingan sebelum dan sesudah adanya program kerja

## Simpulan Dan Saran

Adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberi dampak positif kepada penjahit di Desa Padangsambian Klod. Program kerja dan edukasi mendaur ulang limbah kain menjadi produk kreatif merupakan solusi yang tepat untuk menyelamatkan bumi dari pencemaran sekaligus dapat meningkatkan omset penjahit ditengah pandemi Covid-19 saat ini. Disisi lain solusi ini juga dapat mengembangkan kreativitas dalam berinovasi kedepannya.

## Daftar Rujukan

- Doriza, S., Hamiyati, H., Rahmawaty, D., Astuti, B., Hanifah, N., & Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, P. (n.d.). PEMANFAATAN WAKTU LUANG MELALUI KREATIVITAS TEMPAT TISSUE DARI LIMBAH PERCA BAGI IBU RUMAH TANGGA. Retrieved August 21, 2021, from <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/20815>
- dr. Alvin Saputra. (2021, July 5). Apa Keganjangan dari COVID-19? Seluk-Beluk Penamaan Wabah yang Tengah Menggemparkan Dunia. <https://Aido.Id/Health-Articles/Apa-Keganjangan-Dari-Covid-19-Seluk-Beluk-Penamaan-Wabah-Yang-Tengah-Menggemparkan-Dunia/Detail>.<https://aido.id/health-articles/apa-keganjangan-dari-covid-19-seluk-beluk-penamaan-wabah-yang-tengah-menggemparkan-dunia/detail>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. In *Jurnal Manajemen Dewantara* (Vol. 1, Issue 2). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Moch, H., Purwiantoro, D., Fajar, K. S. W., & Hadi, W. (2016). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) *Jurnal EKA CIDA*, 1(1), 30.
- Munir, M. M., Thoyyibah, D., & Ni'mah, L. (2021). Pemanfaatan Limbah Kain Perca Menjadi Produk Bernilai Ekonomis Bagi Ormas PKK Desa Bugel. In *Abdimas Singkerru* (Vol. 1, Issue 2). <https://jurnal.atidewantara.ac.id/index.php/singkerru>
- Mutia Fauzia. (2021). Simak, Ini Rincian Aturan PPKM Darurat yang Perlu Kamu Tahu . <https://money.kompas.com/read/2021/07/17/142854026/simak-ini-rincian-aturan-ppkm-darurat-yang-perlu-kamu-tahu>
- Ramadhani, I., Yulika, F., Studi Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padang Panjang, P., Studi Antropologi Budaya, P., & Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang, F. (n.d.). RE-BRANDING IDENTITAS LOGO ABIDAUF. Retrieved August 21, 2021, from <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/PROPORSI/article/view/557>
- Rokom. (2021). Pemerintah Gencarkan Upaya Penanganan Lonjakan Kasus COVID-19. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/berita-utama/20210622/1337942/pemerintah-gencarkan-upaya-penanganan-lonjakan-kasus-covid-19/>
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/ljrlab.v9i2.380>