

Peningkatan Pemasaran Produk Kreatif dengan Kemandirian Keuangan

Diterima: 23 Juni 2025

Direview: 24 Juli 2025

Disetujui: 21 Agustus 2025

Ana Septiani¹, Muhammad Ridho Al Amin², Angga Kurniawan^{3*}, Sri Retnaning
Rahayu⁴, Dimas Bagus Editya⁵, Slamet Fuadi⁶
Universitas Muhamamdiyah Metro, Metro Lampung^{1,2,3}

E-mail: angga14.umm@gmail.com*

ABSTRAK

Tujuan dilakukan kegiatan ini untuk meningkatkan kemandirian keuangan bagi sebagian besar bagi warga di Desa Sidodadi. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah demonstrasi dan praktek langsung. Dalam pendampingan ini ada beberapa kegiatan yang dilakukan yakni demonstrasi sekaligus praktek langsung cara membuat lampu hias dari botol kaca oleh pemateri, dan pendampingan pemasaran produknya. Pelatihan dilakukan secara tatap muka dan didampingi secara online. Sesi akhir dalam kegiatan ini diisi materi yang berkaitan dengan jenis kegiatan dan memberikan pengetahuan serta pemahaman dalam pemasaran produk kreatif untuk meningkatkan kemandirian keuangan. Kegiatan yang dilaksanakan telah memberikan hasil dengan indikator peserta memahami dalam pemberdayaan potensi dalam pemasaran produk kreatif dan pengelolaan kemandirian keuangan sendiri sehingga dapat berinovasi terhadap produk yang akan dikembangkan

Kata kunci: Pendampingan Pemasaran, Pemasaran Produk, Kemandirian Keuangan.

ABSTRACT

The purpose of this activity is to increase financial independence for the majority of residents in Sidodadi Village. The methods applied in this activity are demonstration and direct practice. In this mentoring, there are several activities carried out, namely demonstrations and direct practice on how to make decorative lamps from glass bottles by the presenter, and mentoring in marketing the product. Training is conducted face-to-face and accompanied online. The final session of this activity was filled with material related to the type of activity and provided knowledge and understanding in marketing creative products to increase financial independence. The activities carried out have provided results with indicators that participants understand the empowerment of potential in marketing creative products and managing their own financial independence so that they can innovate the products that will be developed.

Keywords: Marketing Assistance, Product Marketing, Financial Independence.

PENDAHULUAN

Partisipasi masyarakat dalam mendukung usaha lokal dapat mendorong kemandirian keuangan. Kemandirian keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan mereka sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Ini berarti memiliki pendapatan yang stabil, mengelola pengeluaran dengan bijak, dan memiliki tabungan yang cukup untuk menghadapi kebutuhan darurat dan mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

Kemandirian keuangan penting karena dapat memberikan kebebasan dan keamanan finansial. Dengan memiliki kemandirian keuangan, seseorang dapat membuat keputusan keuangan yang lebih baik, mengurangi kecemasan tentang keuangan, dan mencapai tujuan keuangan mereka. Pemanfaatan sumber daya dan inovasi berbasis kearifan lokal dapat menjadi kekuatan utama dalam membangun kemandirian ekonomi. Salah satu bentuk pemanfaatan sumber daya dan inovasi dalam membangun kemandirian ekonomi lokal adalah dengan mengembangkan produk kreatif.

Produk kreatif adalah hasil dari proses kreatif yang melibatkan ide-ide inovatif, desain yang unik, dan pengembangan yang cermat. Produk kreatif dapat berupa barang, jasa, atau pengalaman yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemanfaatan barang-barang bekas untuk ekonomi kreatif dapat menjadi solusi untuk mengurangi sampah dan menciptakan nilai tambah. Seperti pemanfaatan botol kaca menjadi lampu hias yang memiliki nilai tambah ekonomi sekaligus mengembangkan inovasi yang unik. Pengembangan produk kreatif dengan menggunakan barang bekas bertujuan untuk meningkatkan kemandirian dan kesadaran untuk berwirausahaan serta dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Dalam pemasaran produk kreatif dibutuhkan konsep pemasaran yang efektif, seperti konsep pemasaran digital. Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk, jasa, atau merek kepada konsumen. Kunci dari pemasaran digital adalah kemampuan untuk menargetkan audiens yang tepat, meningkatkan *engagement*, dan mengukur hasil pemasaran dengan efektif. Pemasaran digital dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan dengan konsumen..

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sidodadi Kecamatan Pekalongan Lampung Timur dengan subyek pengabdian adalah ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok dasawisma Desa Sidodadi dusun IV. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah demonstrasi dan praktek langsung. Dalam pendampingan ini ada beberapa kegiatan yang dilakukan yakni demonstrasi sekaligus praktek langsung cara membuat lampu hias dari botol kaca oleh pemateri, dan pendampingan pemasaran produknya

Kegiatan ini dilaksanakan dengan sistem diskusi dengan peserta berkaitan dengan jenis kegiatan dan memberikan pengetahuan serta pemahaman dalam pemasaran produk kreatif untuk meningkatkan kemandirian keuangan sendiri.

Langkah-langkah yang akan dilakukan pada program pengabdian masyarakat ini :

Memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan botol kaca bekas menjadi lampu hias serta Memberikan pengetahuan tentang Pemasaran produk. Sebelum pelaksanaan kegiatan tentunya dilakukan persiapan supaya berjalan lancar. Persiapan yang kami lakukan antara lain:

- a. Survei tempat/lokasi pelaksanaan kegiatan
- b. Merancang Program dan metode Pelatihan
- c. Pembuatan materi pelatihan
- d. Mengkoordinasikan jadwal pelatihan dengan Kelompok Dasawisma Desa Sidodadi.
- e. Koordinasi dalam penyediaan fasilitas pelatihan seperti sarana prasarana
- f. Menyiapkan alat dan bahan
- g. Pelaksanaan Pelatihan
- h. Kegiatan pengabdian dilaksanakan setelah semua perizinan dan persiapan baik perlengkapan maupun peralatan sudah siap digunakan.

Pelatihan diselenggarakan dengan praktik dilanjutkan dengan diskusi.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Pelatihan dilakukan secara tatap muka sebanyak 1 kali pertemuan dan selebihnya didampingi secara online. Lokasi pelatihan di rumah Ibu Suryani selaku ketua kelompok dasawisma desa Sidodadi. Pelatihan untuk sesi pertama yakni membuat lampu hias dari botol kaca bekas dilakukan pada hari Kamis tanggal 27 Februari 2025 pukul 13.00 sampai dengan pukul 15.30 dengan peserta sebanyak 26 orang. Sebelum pelatihan dimulai, ketua pengabdian yakni Ana Septiani, S. E., M. Si memberi sambutan dengan menyampaikan ucapan terimakasih karena sudah diterima dengan baik untuk memberikan pelatihan pembuatan lampu hias dari botol kaca bekas serta sedikit menyampaikan informasi kepada ibu-ibu mitra tentang pemanfaatan barang bekas seperti botol kaca menjadi produk memiliki nilai jual.



Gambar 1. Sambutan Ketua Tim

Tim Pengabdian Memberikan Sambutan Setelah ketua tim pengabdian memberikan sambutan, dilanjutkan oleh pemateri menyampaikan alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan lampu hias dari botol kaca bekas seperti: botol kaca bekas, semen putih, tali rami, lem tembak, lampu, bunga, batu krikil, kardus, dan gelas cup. Setelah itu pemateri mempraktekkan langsung (demonstrasi) membuat lampu hias dari botol kaca bekas.



Gambar 2. Praktik Pembuatan Produk

Sesi terakhir dalam kegiatan ini diisi materi yang berkaitan dengan jenis kegiatan dan memberikan pengetahuan serta pemahaman dalam pemasaran produk kreatif untuk meningkatkan kemandirian keuangan sendiri. yang disampaikan oleh Muhammad Ridho Al.Amin, S.E.M.Ak.



Gambar 3. Pamaran Materi

Kegiatan yang dilaksanakan telah memberikan hasil dengan indikator peserta memahami dalam pemberdayaan potensi dalam pemasaran produk kreatif dan pengelolaan kemandirian keuangan sendiri sehingga dapat berinovasi terhadap produk yang akan dikembangkan.

SIMPULAN

Kegiatan ini dapat memberikan manfaat kepada para peserta terkait dengan pemahaman mengenai Pemasaran Produk Kreatif untuk Meningkatkan Kemandirian Keuangan. Pemahaman ini diharapkan dapat memberikan pengaruh dan mampu memunculkan motivasi peserta dalam mengembangkan potensi produk kreatif dengan pemanfaatan barang-barang bekas yang kemudian diinovasikan sehingga bernilai jual tinggi. Bentuk kegiatan tersebut perlu ada kegiatan tindak lanjut berikutnya dengan mengundang narasumber dan materi yang lebih fokus pada persoalan produk kreatif dan pengelolaan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Basrowi. (2021). *Pemberdayaan UMKM melalui Digital Marketing*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). Strategi Pemasaran Produk Lokal di Era Digital. Diakses dari <https://www.kemendag.go.id/id/news>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Pratama, A., & Sari, D. P. (2021). Digital Marketing dan Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 45–52.
- Putra, Y. D., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 123–135.
- Susilo, H. (2019). “Pemberdayaan UMKM melalui Pendampingan Berbasis Digital Marketing.” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(2), 110–118.
- Susilowati, I. H., & Prabowo, M. A. (2020). **Analisis Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia**. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(2), 67–79.