

# PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN KAOS SABLON DAN SOUVENIR BERBAHAN KERAMIK PADA KARANG TARUNA KAMPUNG WISATA KERAMIK DINOYO MALANG UNTUK MENUMBUHKAN SEMANGAT BERWIRAUSAHA

Oleh:

Ita Rifiani Permatasari<sup>1)</sup>, Anik Kurmintarti, Suselo Utoyo, Tri Yulistyawati Evelina

<sup>1)</sup>Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
email: ita\_djatmika@yahoo.com

## Abstract

*The training to make screen printing t-shirt designs and souvenirs made from ceramics at Karang Taruna Village, Dinoyo Malang Tourism Village aims to: (1) Karang Taruna, Dinoyo Ceramic Tourism Village in Malang able to make a t-shirt design, as well as screen printing for the t-shirt (2) Youth club (Karang Taruna) of Dinoyo Tourism Village Malang also able to make souvenir designs made of ceramics (3) Karang Taruna Malang Dinoyo Ceramic Village is able to apply the design of T-shirts and souvenirs made from ceramics into screen-printed T-shirt products and souvenirs made from ceramics that are worthy to be marketed or sold as souvenirs for tourists visiting the Dinoyo Ceramic Tourism Village in Malang (4) Karang Taruna Malang Dinoyo Ceramic Tourism Village has the skills to produce screen printing t-shirts and souvenirs made from ceramics so that it can foster enthusiasm to start a new business (entrepreneurship). The training method used is to use lecture, question and answer, discussion, apprenticeship and direct practice methods for making designs for screen printing t-shirts and merchandise. The results obtained from this training are (1) Training participants (Karang Taruna Dinoyo Ceramic Tourism Village) are able to understand the concept of making designs that reflect the uniqueness of Malang Dinoyo Ceramic Tourism Village, (2) Training participants are skilled in making or applying designs into screen printing t-shirts and souvenirs made of ceramics typical of Malang Dinoyo Ceramic Tourism Village. (3) Participants are able to develop the results of their training into a product that is worth selling so as to produce economic value for them*Key words: service quality, online shop

*Keywords: The training, designs and souvenirs, Ceramic Tourism Village.*

## 1. PENDAHULUAN

Kota Malang di Jawa Timur selain terkenal sebagai kota pendidikan dan kota tujuan wisata, juga terkenal dengan produksi keramiknya. Sentra kerajinan keramik kota Malang adalah di Kampung Wisata Keramik Dinoyo, yang ditetapkan sebagai kampung wisata. Pada era tahun 1970 sampai tahun 1980 an, keramik Dinoyo sangatlah terkenal, hingga keluar negeri, tetapi setelah itu perlahan-lahan mulai mengalami penurunan, bahkan ada beberapa yang sudah gulung tikar.

Di sentra kerajinan yang terletak di Jl MT Haryono XI, sekitar 20 meter ke arah barat setelah pertigaan Dinoyo ini, terdapat sekitar 30 toko yang menjual kerajinan

keramik khas kota Malang. Mitra dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah Karang Taruna di wilayah Kampung Keramik Dinoyo, yang sudah memiliki usaha dibidang kaos sablon dan souvenir kerajinan keramik. Tujuan mereka membuka usaha adalah untuk mendukung program pemerintah kota Malang, untuk menjadikan kampung keramik sebagai tujuan wisata. Produk yang ditawarkan adalah membuat kaos, topi, gantungan kunci dan memproduksi barang-barang lain bertemakan kampung wisata keramik. Selama ini mereka membuat kaos sablon dengan cara mendesain sendiri dengan gambar-gambar sederhana, kemudian menyablonkan ke oranglain, karena mereka

belum mempunyai ketrampilan cara menyablon dan belum mempunyai alat sablon sendiri. Hasil dari desain kaos dan souvenir berbahan keramik masih sederhana dan belum mempunyai ikon/logo yang khas dari kampung wisata keramik.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### 2.1 Karakter Wirausaha

Karakteristik Wirausaha terdiri dari dua faktor yaitu faktor psikologi dan faktor sosiologi. Faktor Psikologi Wirausahawan bersifat kompleks menurut Mc Cleland dalam Stoner (1996) dalam Purwanti (2012) bahwa orang yang mengejar karier seperti wirausahawan mempunyai kebutuhan untuk berprestasi. Suka mengambil risiko, dan adanya risiko akan lebih mendorong mereka berusaha lebih keras. Wirausahawan memerlukan rasa percaya diri, daya saing, optimisme, dan semangat untuk meluncurkan dan mengoperasikan bisnis, tanpa kepastian mendapatkan gaji yang tetap, mereka bersedia mengambil risiko keamanan untuk memperoleh keuntungan finansial.

### 2.2. Desain Produk

Cara lainnya untuk memperjelas kekhasan produk ialah lewat desain. Desain berpegang pada maksim "bentuk ditentukan fungsi". Desain yang bagus berkontribusi kepada manfaat dan sekaligus menjadi daya tarik produk. (Kotler, 1990). Sedangkan menurut Amstrong dkk, (2008:274) "Desain yang baik dimulai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan."

Desain produk adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material warna, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan..

## 3. METODE

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan tiga tahapan, di mana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan survey pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan mengenai potensi usaha yang dimiliki oleh Karang Taruna, serta kendala-kendala yang dialami selama ini.

Tahapan selanjutnya merupakan tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dalam tahap ini pengabdian melakukan kegiatan pengembangan pembuatan desain kaos oblong dan souvenir, serta proses peny

blonan kaos. Tahapan ke tiga adalah tahapan evaluasi dan pendampingan. Evaluasi berkaitan dengan evaluasi proses pembuatan kaos sablon dan souvenir berbahan keramik. Indikator ketercapaian tujuan pengabdian adalah bahwa peserta sudah dapat memahami cara mendesain kaos dan souvenir berbahan keramik, memproduksinya dan memasarkan hasil produksinya.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dikemas dengan menggunakan pendekatan pelatihan/workshop. Kegiatan dilakukan menggunakan metode ceramah, diskusi dan latihan dan magang. Adapun langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sebagai berikut :

- Langkah 1 : Peserta pelatihan diberi materi mengenai potensi usaha di kampung keramik Dinoyo.
  - Langkah 2 : Peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan materi yang telah diberikan.
- Langkah 3 : Peserta mendapatkan pelatihan sesi pertama yaitu materi pengembangan desain pembuatan kaos sablon dan souvenir berbahan keramik dan mendiskusikan logo yang bisa mewakili kampung keramik Dinoyo dan member kesempatan untuk mencoba melakukan eksplorasi desain untuk di wujudkan dalam sebuah produk dalam sesi kegiatan pengabdian selanjutnya.
- Langkah 4 : Pada sesi kedua peserta mendapatkan materi pelatihan tentang teknik dan cara menyablon kaos dengan memberi kesempatan magang di di UKM di PT.Macknum Attack Jl.Ikan Cucut no 1 Malang.
  - Langkah 5 : Tahap selanjutnya adalah memberikan pelatihan Penetapan Harga Jual dan e-Marketing.
  - Langkah 6 : Tahap selanjutnya adalah kegiatan pendampingan berupa konsultasi seputar kesulitan mendesain, produksi dan e-marketing.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1.Hasil

Hasil Program ini adalah seperti pada gambar di bawah ini:

Pelatihan yang dilakukan terhadap Karang taruna kampung wisata keramik Dinoyo berlangsung menjadi dua sesi pelatihan. Sesi yang pertama merupakan

tahap pelatihan eksplorasi desain. Tahap kedua merupakan tahap pelatihan penerapan desain yang telah dibuat menjadi produk kaos sablon dan souvenir berbahan keramik yang siap untuk dijual. Setelah kedua tahap tersebut selesai, program pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhenti sampai disitu melainkan tim pengabdian melakukan pengembangan dan evaluasi terhadap hasil produk yang dibuat setelah pelatihan. Pelatihan pembuatan desain kaos sablon dan souvenir ini menghasilkan dua hasil, yaitu hasil non-fisik dan hasil fisik.

#### 4.2. Hasil Non Fisik.

Hasil non- fisik yang diperoleh dari pelatihan ini adalah hampir semua peserta telah memahami konsep pembuatan desain kaos dan souvenir yang telah disampaikan oleh tim pengabdian. Ketercapaian hasil ini dapat dilihat dari 10 dari 15 peserta pelatihan yang hadir telah mampu mengeksplorasi keadaan Kampung wisata keramik Dinoyo untuk diterapkan dalam sebuah desain dan juga telah disepakati logo yang akan dijadikan ciri khas kaos sablon dan souvenir produksi Kampung wisata keramik Dinoyo. Merk kaos yang mereka produksi adalah DNY. Selain itu keunikan-keunikan yang ada di kampung wisata keramik Dinoyo Malang dapat mereka munculkan dalam desain kaos sablon dan souvenir yang mereka produksi, tetapi mereka juga tetap menerima desain pesanan sesuai dengan permintaan konsumen. Selain sudah mampu mendesain mereka juga sudah mampu melakukan proses dari hasil desain dipindahkan ke kaos dengan melalui penyablonan dengan menggunakan bahan-bahan dan peralatan sablon kaos, seperti yang sudah dilakukan ditempat mereka magang. Gambar dibawah ini memperlihatkan bagaimana peserta magang sudah mampu menerapkan hasil pelatihan, kemampuan mendesain produk dan kemampuan menyablon.



Gambar 1. Kegiatan pada saat peserta pengabdian pada saat magang.



Gambar 2. Kemampuan menyablon yang sudah mereka terapkan di tempat produksi sendiri.

#### 4.3. Hasil Fisik

Hasil fisik yang dihasilkan dari pengabdian ini ada dua macam, yang pertama adalah beberapa alternatif desain kaos sablon dan souvenir berbahan keramik, yang nantinya akan dijual. Selain hasil desain, hasil fisik yang kedua adalah pembelian peralatan sablon, yang sangat dibutuhkan oleh peserta pengabdian agar mereka mampu memproduksi kaos dan menjualnya, baik berdasarkan pesanan maupun hasil dari desain mereka sendiri.

Berikut ini adalah beberapa desain kaos dan souvenir berbahan keramik yang dihasilkan :



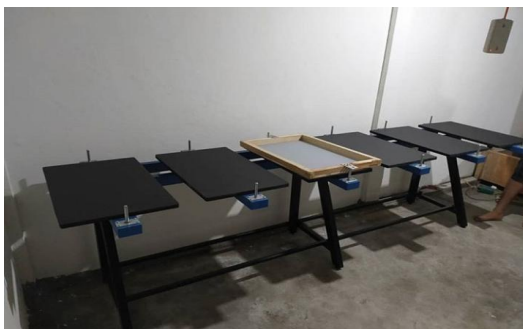
Gambar 1. Logo produk dan hasil desain kaos kampung wisata Keramik Dinoyo.



Gambar 2. Topi hasil desain kaos kampung wisata Keramik Dinoyo.



Gambar 3. Hasil desain souvenir berbahan keramik.



Gambar 4. Pengadaan peralatan sablon kaos untuk karang taruna Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang.



Gambar 5. Kaos hasil produksi berdasarkan pesanan, setelah pelatihan.

Berikut dijelaskan kondisi sebelum dan sesudah dilakukannya kegiatan pelatihan

pembuatan desain kaos sablon dan souvenir di kampung wisata keramik Dinoyo.

Sebelum Pelatihan:

1. Selama ini mereka belum pernah melakukan penyablonan kaos, mereka hanya pernah melihat proses sablon kaos.
2. Ketrampilan mendesain kaos masih minim.
3. Belum mempunyai pengetahuan mengenai e-marketing.
4. Tim PKM sepakat untuk memberikan kesempatan magang kepada 4 orang karang taruna di UKM di PT.Macknum Attack Jl.Ikan Cucut no 1 Malang, yang mempunyai usaha sablon.
5. Membelikan bahan-bahan sablon untuk keperluan magang.
6. Kesempatan magang selama 2 hari, 9 – 10 Oktober 2019.
7. Tim PKM sepakat untuk membelikan peralatan sablon.

Sesudah Pelatihan:

1. Secara mandiri peserta PKM sudah mampu mendesain untuk produk kaos sablon dan souvenir.
2. Peserta PKM sudah dapat memproduksi kaos sablon dan souvenir dengan kualitas yang bagus, sehingga pantas untuk dijual.
3. Peserta PKM sudah mampu melakukan proses penyablonan dengan menggunakan alat, dan hasilnya sudah layak jual.
4. Peserta PKM sudah mampu menjual dan mempromosikan produknya melalui e-marketing.



Gambar 6. Saat Pelatihan



## 5. SIMPULAN

### 5.1. Simpulan

1. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlangsung dengan baik, yang ditandai dengan tingkat kehadiran dan antusias dari peserta saat materi diberikan oleh fasilitator.
2. Adanya respon positif tidak hanya dari peserta PKM tetapi juga dari pihak RW dan Kelurahan, yang ditunjukkan dengan menyediakan tempat berproduksi usaha kaos sablon dan souvenir dari Karang Taruna ini, di balai lama RW 3 Dinoyo Malang.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Amstrong, dkk, 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*, jilid 1, Prentice Hall, New Jersey,
- Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 5, Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran. Jilid II*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Prabowo, Hartiwi, 2012, Kelayakan Investasi Perluasan Pabrik Penggilingan Plastik Pd Xyz, *Binus Business Review Vol. 3 No. 2 November 2012: 803-18*.
- Posman.2013. *Perencanaan Pemasaran*,. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Purwanti, Endang 2007. Pengaruh Faktor Kemampuan Manajerial, Lingkungan Eksternal, Organisasi Terhadap Kinerja Finansial, *Tesis Pasca Sarjana UKSW*.
- Permatasari, Ita Rifiani, 2015, Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha., *Prosiding Forum Manajemen Indonesia*.
- Riyeke, Ustadiyanto,2000. *e-Business Plan : Perencanaan, Pembangunan dan Strategi di Internet*”, Penerbit ANDI, Yogyakarta.