

## Mendorong Ekonomi Kreatif Melalui Produk *Ecoprint* Melalui Pemanfaatan Potensi Alam di Dukuh Glugo Bantul

Endah Saptutyningsih, Berli Paripurna Kamiel

Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: [endahsaptuty@umy.ac.id](mailto:endahsaptuty@umy.ac.id)

---

### Article Info

---

Submitted: 8 June 2020

Revised: 17 November 2020

Accepted: 10 December 2020

Published: 30 December 2020

**Keywords:** *creative economy; ecoprint; community development; online marketing*

**Kata kunci :** *ekonomi kreatif; ecoprint; pemberdayaan masyarakat; pemasaran online*

### Abstract

*In order to support government programs to encourage the creative economy, it is necessary to have creativity and increase community capacity by utilizing the potential that exists in the surrounding environment. The natural potential in Sorowajan, Dukuh Glugo which has not been utilized properly and the lack of knowledge and skills to manage this potential has led to the implementation of the Community Partnership Program (PKM). The contribution of PKM is to hold an ecoprint making training that utilizes the natural potential that exists in the Sorowajan environment, Dukuh Glugo. This is expected to provide direct benefits by increasing the quality of resources through empowerment among the mothers of Dasawisma Lili and Dasawisma Kenanga in Sorowajan, Dukuh Glugo, Panggungharjo Village, Sewon for improving the standard of living of the people through the creative economy. The output of PKM is to increase the capacity of the Dasawisma Lili and Kenanga in Dukuh Glugo to create a group ecoprint; video of making ecoprint techniques that can be enjoyed by public. This PKM activity was also published in ISSN national journal that was expected to be a reference for other community groups in boosting the creative economy through increasing the capacity of the community by utilizing the potential of the village for improving the welfare of the community.*

### Abstrak

Dalam rangka mendukung program pemerintah untuk mendorong ekonomi kreatif, perlu adanya kreativitas dan peningkatan kapasitas masyarakat dengan memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan sekitar. Tujuan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah untuk memanfaatkan potensi alami yang belum dimanfaatkan dengan baik dan masih rendahnya pengetahuan dan ketrampilan untuk mengelola potensi tersebut di Sorowajan, Dukuh Glugo, Desa Panggungharjo Sewon Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kontribusi PKM ini adalah dengan mengadakan pelatihan pembuatan *ecoprint* yang memanfaatkan potensi alam yang ada di lingkungan Sorowajan,

Dukuh Glugo. Objek PKM ini adalah ibu-ibu Kelompok Dasawisma Lili dan Dasawisma Kenanga di Sorowajan, Dukuh Glugo sehingga mereka dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan ekonomi kreatif. Metode PKM berupa pelatihan pembuatan *ecoprint* dengan bahan pewarna alam dan pelatihan pemasaran agar *ecoprint* yang dihasilkan dapat dipasarkan ke masyarakat luas. Kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan meningkatkan pengetahuan Kelompok Dasawisma Lili dan Dasawisma Kenanga tentang *ecoprint* dari 34,3% menjadi 97,2%. Seluruh peserta merasakan manfaat pelatihan *ecoprint* tersebut. Demikian juga terjadi peningkatan pengetahuan tentang pemasaran *online*, dan sebanyak 68% ingin memasarkan produk *ecoprintnya* melalui media *online*. Luaran PKM ini adalah peningkatan kapasitas Kelompok Dasawisma Lili dan Dasawisma Kenanga di Dukuh Glugo dalam membuat *ecoprint* kelompok; video teknik pembuatan *ecoprint* yang bisa dinikmati oleh masyarakat umum. Kegiatan PKM ini juga dipublikasikan di jurnal nasional ber-ISSN yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi kelompok masyarakat lain dalam mendorong ekonomi kreatif melalui peningkatan kapasitas masyarakat dengan memanfaatkan potensi desa sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

---

## 1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah konsep yang menggabungkan antara kreativitas yang mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia dengan informasi (Arjana, 2016). Pada dasarnya ekonomi kreatif menggunakan potensi yang dimilikinya untuk mencari sesuatu dalam rangka mengentaskan diri sehingga mencapai kemandirian, karena adanya keterbatasan ekonomi. Kehidupan masyarakat di Dukuh Glugo, masih tergantung pada kepala keluarga yang bermata pencaharian mayoritas buruuh lepas. Sedangkan sebagian besar ibu rumah tangga yang tergabung dalam PKK tidak memiliki ketrampilan untuk meningkatkan penghasilan keluarga, sehingga dibutuhkan pelatihan tertentu agar keluarga tidak tergantung sepenuhnya dari kepala rumah tangga.

Berdasarkan observasi yang dilakukan Tim PKM ditemukan beberapa permasalahan yang dialami oleh masyarakat Dukuh Glugo yaitu: 1) Melimpahnya potensi tanaman di sekitar yang bisa dijadikan bahan *ecoprint* Dukuh Glugo, Desa Panggungharjo yang belum dimanfaatkan dengan baik. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi baru untuk memanfaatkan potensi tersebut dalam rangka meningkatkan ekonomi

kreatif sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat; 2) Masih rendahnya pemberdayaan kelompok Dasawisma yang dapat dijadikan alternatif sumber pendapatan bagi masyarakat Dukuh Glugo, Desa Panggungharjo dengan menghasilkan suatu produk yang memanfaatkan potensi desanya,

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu adanya pemberdayaan kelompok-kelompok masyarakat khususnya kelompok Dasawisma agar tidak hanya tergantung penghasilan kepala rumah tangga. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini bertujuan untuk meningkatkan ketrampilan kelompok dasawisma di Dukuh Glugo yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat dengan memanfaatkan potensi alami desanya melalui ekonomi kreatif. Melalui peningkatan ketrampilan ibu-ibu kelompok dasawisma secara tidak langsung dapat meningkatkan kegiatan ekonomi lokal sehingga kesejahteraan masyarakat Dukuh Glugo Desa Panggungharjo meningkat. Dengan memanfaatkan potensi sumberdaya alam dan lingkungan yang ada di sekitar masyarakat yang berbasis kearifan lokal yang mendukung program pemerintah untuk mengelola sumber daya alam dan lingkungan secara baik dan berkelanjutan (Fadhil, n.d.). Dengan memanfaatkan potensi

alam diupayakan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Peluang pekerjaan bagi masyarakat perlu diidentifikasi dan pendapatan masyarakat ditingkatkan, serta munculnya ide-ide inovatif untuk usaha baru dan peluang kerja bagi masyarakat (*International Labour Organization*, 2017). Oleh karena itu, adanya pemberdayaan kelompok-kelompok masyarakat perlu dilakukan.

Observasi yang telah dilakukan di lokasi PKM ini menemukan bahwa potensi alam Dukuh Glugo Desa Panggungharjo cukup melimpah, tetapi belum didukung dengan keterampilan masyarakat untuk memanfaatkannya masih rendah, sehingga mendorong adanya rencana kegiatan sebagai berikut: 1) Pelatihan *ecoprint* bagi dua kelompok masyarakat (Kelompok Dasawisma Lili dan Dasawisma Kenanga) Dukuh Glugo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul; 2) Pembuatan video tutorial pembuatan *ecoprint* yang diupload di media sosial; 3) Pelatihan pemasaran *online* produk *ecoprint* bagi kelompok-kelompok dasawisma tersebut. Pelatihan teknik pembuatan *ecoprint* ditujukan untuk memanfaatkan tanaman-tanaman yang ada di sekitar Dukuh Glugo agar memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Teknik *ecoprint* merupakan proses untuk mentransfer warna dan bentuk ke kain dengan cara menempelkan tanaman yang memiliki pigmen warna di kain yang kemudian direbus. Tanaman tersebut harus mempunyai sensitifitas tinggi terhadap panas, karena hal tersebut merupakan faktor penting dalam mengekstraksi pigmen warna (Nissa & Widiawati, 2008). Produk *ecoprint* tersebut nantinya akan dipasarkan melalui media *online* agar menjangkau masyarakat luas. Penggunaan media *online* saat ini merupakan sarana yang efektif dalam memasarkan produk sehingga dapat mendorong peningkatan pendapatan per kapita masyarakat di negara-negara sedang berkembang (Swatman, 1996; Humphrey *et.al.*, 2003).

## 2. METODE

Kegiatan PKM ini berusaha untuk memecahkan permasalahan rendahnya keterampilan masyarakat untuk memanfaatkan potensi alam di lingkungan sekitar sehingga bisa

mendorong ekonomi kreatif guna meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 35 peserta yang berasal dari kelompok Dasawisma Lili dan Kenanga, Dukuh Glugo, Desa Panggungharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul.

Beberapa pendekatan yang dilakukan dalam PKM ini adalah: 1) Berbasis kelompok. Kelompok masyarakat akan digunakan sebagai media pembelajaran dan pendampingan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Adapun kelompok masyarakat sebagai mitra PKM ini adalah Dasawisma Lili dan Kenanga, Dukuh Glugo, Panggungharjo; 2) Komprehensif. Kegiatan PKM ini meliputi seluruh aspek dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam membuat *ecoprint* melalui pelatihan pembuatan *ecoprint* beserta pemasarannya, serta adanya pendampingan untuk memperkuat kelompok dasawisma sebagai wadah kegiatan; 3) Berbasis potensi lokal. Kegiatan PKM ini akan menggunakan potensi lokal yang dimiliki Dukuh Glugo yang berupa daun pohon jenitri, daun jarak, daun ketepeng, daun jati, daun mahoni, daun jambu, daun mangga, dan sebagainya.

Kegiatan PKM ini terdiri dari tiga tahapan yaitu pelatihan *ecoprint*, pembuatan video tutorial teknik pembuatan *ecoprint*, dan pelatihan pemasaran *online* yang ditunjukkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan kegiatan PKM

Setiap tahapan kegiatan PKM dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Serah terima hibah barang yang berupa mesin kukus untuk digunakan oleh kelompok masyarakat tersebut pada saat pelatihan dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2019. Pelatihan *ecoprint* diselenggarakan pada tanggal 4 Agustus 2019. Sedangkan pelatihan pemasaran *online* dilaksanakan terlebih dahulu karena menyesuaikan dengan kegiatan kelompok masyarakat tersebut yaitu pada tanggal 30 April 2019.

### **Pelatihan *Ecoprint***

Sebelum dilakukan pelatihan *ecoprint*, terlebih dahulu kelompok Dasawisma Lili dan Kenanga diminta untuk menyiapkan daun sebagai bahan pembuatan *ecoprint*. Berbagai macam daun tanaman yang mempunyai pigmen warna seperti daun manga, jati, *eucalyptus*, ketepeng, jambu, dan sebagainya dibawa pada saat pelatihan dalam jumlah secukupnya. Bahan dan peralatan sudah dipersiapkan oleh Tim PKM yang meliputi: satu lembar kain polos berwarna putih (bisa menggunakan kain sutera atau kain mori/katun), kayu atau pipa logam untuk menggulung kain, tali atau benang untuk mengikat gulungan kain, gunting, steamer (mesin pengukus) yang sudah dihibahkan oleh Tim PKM kepada kedua dasawisma dan kompor *portable*, cuka, pewarna alami, dan ember.

Tahapan yang harus dilakukan dalam membuat *ecoprint* sebagai berikut:

a. Persiapan media

Bahan pembuatan *ecoprint* yang perlu dipersiapkan sebagai media yaitu: 1) *Mordant*, *scouring* yang dimaksudkan agar bahan kimia pada kain hilang; 2) *Mordant* in

b. Persiapan daun

Faktor penting dalam teknik pembuatan *ecoprint* adalah tanaman yang dipilih hendaknya memiliki sensitivitas tinggi terhadap panas, agar mempermudah untuk mengekstraksi pigmen warna (Nissa, 2008). Dalam pembuatan *ecoprint* terdapat dua perlakuan untuk jenis daun yang berbeda yaitu: daun yang pasti mengeluarkan pigmen misalnya daun jati, jenitri, *eucalyptus*, daun lanang/pedang-pedangan dibersihkan dan dicuci; daun yang perlu di-*treatment* agar mengeluarkan pigmen warna misalnya

ketepeng kebo, jarak kepyar, jarak wulung, kesumba, ekor kucing, mahoni, kelengkeng, biksa, kersen/talok direndam air hangat selama 10 menit, kemudian ditiriskan, lalu diolesi larutan tunjung dengan menggunakan kuas, didiamkan selama 10 menit, lalu dilap dan akhirnya daun siap untuk digunakan.

Apabila kain dan daun siap, maka langkah berikutnya membentangkan plastik. Kain yang sudah di-*mordant* in kemudian letakkan di atas plastik. Daun yang sudah dipersiapkan diletakkan di atas kain sesuai selera masing-masing peserta. Tahap selanjutnya mencelupkan kain ke pewarna alam yang akan digunakan sebagai penutup kain yang sudah ditemplei daun. Kain penutup yang sudah dicelupkan ke dalam pewarna alam, diperas dan ditaruh di atas kain yang sudah di-*mordant*, kemudian ditutup plastik. Kain kemudian dilipat dua dan digulung dengan kayu. Gulungan kain tersebut diikat menggunakan benang kasur atau rafia dan kemudian dikukus menggunakan mesin kukus selama 1 sampai 1,5 jam. Gulungan yang sudah dikukus dikeluarkan dari mesin kukus setelah 1,5 jam dan dilepas tali ikatannya dan daun-daunnya, dan kemudian kain tersebut dijemur di tempat yang teduh. Langkah terakhir teknik *ecoprint* ini adalah fiksasi yang dilakukan setelah 3-7 hari. Fiksasi bertujuan untuk mengunci zat warna alam golongan mordan dan juga berguna untuk memberikan efek warna yang berbeda-beda menurut zat fiksasi yang dipergunakan (Sardjono, 2010). Cara fiksasi adalah dengan melarutkan 14 gram tawas dalam 1 liter air panas. Kemudian ditunggu sampai dingin. Kain direndam selama 5-10 menit, lalu diangkat dan diperas, kemudian kain dibilas dengan air bersih. Setelah itu diangin-anginkan. Penggunaan bahan yang ramah terhadap lingkungan dan bersifat non-toksik untuk fiksasi dapat mengurangi risiko kerusakan lingkungan (Kuniasari & Maharani, 2015 dalam Pujilestari, 2015). Akhirnya kain *ecoprint* siap untuk dipergunakan atau dijual untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

### **Pembuatan video tutorial *ecoprint***

Salah satu luaran PKM ini adalah video tutorial teknik pembuatan *ecoprint*. Video ini dibuat dengan tujuan agar kelompok masyarakat yang mengikuti pelatihan bisa lebih paham dan

memproduksinya sendiri. Selain itu, masyarakat luas juga dapat mencoba untuk membuat *ecoprint* baik untuk kebutuhan sendiri maupun untuk dijual untuk meningkatkan pendapatan mereka. Hal ini didukung oleh studi Nurfathiyah dkk. (2011) yang menyimpulkan bahwa video merupakan salah satu media elektronik yang mampu memadukan teknologi audio dan visual sehingga menghasilkan suatu tayangan yang dinamis dan menarik. Video ini diupload di media sosial agar bisa dilihat oleh masyarakat luas.

### Pelatihan pemasaran online produk *ecoprint*

Untuk keberlanjutan pelatihan *ecoprint* dan mendukung tercapainya tujuan pelatihan *ecoprint* yaitu peningkatan pendapatan masyarakat melalui ekonomi kreatif, maka perlu diadakannya pelatihan pemasaran *online* agar produk yang dihasilkan masyarakat sebagai *output* dari pelatihan dapat dijual sehingga memberi tambahan pendapatan masyarakat. Menurut Sanjaya & Tarigan (2009), yang dimaksud pemasaran *online* adalah aktivitas pemasaran yang meliputi branding yang menggunakan berbagai media *online* seperti *blog*, *email*, *website*, atau sosial media. Pelatihan ini diadakan dalam rangkaian pelatihan pembuatan *ecoprint*, sehingga masyarakat tidak hanya bisa menghasilkan barang yang bernilai jual tinggi tetapi harapannya mereka juga bisa memasarkannya sehingga memperoleh pendapatan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Peserta Pelatihan *Ecoprint*

Pembuatan *ecoprint* sangat tergantung pada ketersediaan bahan alami yang digunakan sebagai bahan baku utama *ecoprint*. Bahan baku utama pembuatan *ecoprint* adalah dedaunan dan pewarna alami yang tidak dimanfaatkan oleh masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, sebelum melaksanakan pelatihan, tim pelaksana Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) melakukan observasi terlebih dahulu ke lokasi yaitu di Sorowajan, Dukuh Glugo, Desa Panggungharjo Sewon, Kabupaten Bantul untuk mengidentifikasi potensi alam untuk dijadikan bahan utama *ecoprint*.

Tabel 1. Komposisi Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki	0	0
Perempuan	35	100

Tabel 2. Komposisi Peserta Berdasarkan Status Perkawinan

Status	Jumlah	Persentase
Menikah	31	88,6
Belum/Tidak Menikah	4	11,4

Tabel 3. Komposisi Peserta Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan	Jumlah	Persentase
Tamatan SD	4	11,4
Tamatan SMP	4	11,4
Tamatan SMU atau sederajat	15	42,9
Tamatan D3 atau sederajat	11	31,4
Tamatan S1 atau sederajat	1	2,9
Tamatan S2 atau sederajat	0	0
Lainnya	0	0

Pelatihan *ecoprint* diikuti oleh sebanyak 35 peserta yang berasal dari kelompok Dasawisma Lili dan Kenanga, Dukuh Glugo, Panggungharjo, Bantul.

Berdasarkan jenis kelamin, hampir seluruh peserta pelatihan *ecoprint* berjenis kelamin perempuan. Hal ini ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tabel 2 menunjukkan terdapat sebanyak 88,6 persen dari seluruh peserta pelatihan *ecoprint* sudah menikah, sedangkan 11,4 persen sisanya belum atau tidak menikah.

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebanyak 42,9 persen dari seluruh peserta berpendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA). Terdapat 31,4 persen peserta berpendidikan D3 atau sederajat. Hanya sebanyak 11,4 persen masing-masing yang berpendidikan SD dan SMP atau sederajat (ditunjukkan dalam Tabel 3).

Terdapat sebanyak 65,7 persen dari seluruh peserta pelatihan *ecoprint* tidak memiliki bekal ketrampilan tertentu. Sedangkan 34,3 persen peserta memiliki keterampilan tertentu, diantaranya keterampilan membuat kalung batik, membuat kue, membuat sibori, dan menjahit. Hal ini ditunjukkan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Komposisi Peserta Berdasarkan Keterampilan Tertentu

Jenis ketrampilan/keahlian tertentu	Jumlah	Persentase
Membuat batik	12	34,3
Membuat kue		
Membuat sibori		
Menjahit		
Tidak memiliki	23	65,7

Tabel 5. Komposisi Peserta Berdasarkan Keterlibatan dengan Pelatihan Tertentu

Keterlibatan	Jumlah	Persentase
Pernah mengikuti pelatihan tertentu	10	28,6
Tidak Pernah	25	71,4

Tabel 6. Komposisi Peserta Berdasarkan Keterlibatan dengan Usaha

Jenis usaha	Jumlah	Persentase
Usaha formal	0	0
Usaha informal	10	28,6
Tidak terlibat	25	71,4

Berdasarkan keterlibatan dengan pelatihan tertentu, tabel 5 menunjukkan terdapat 28,6 persen dari seluruh peserta pernah mengikuti pelatihan tertentu, sedangkan 71,4 persen sisanya tidak pernah mengikuti pelatihan tertentu.

Seluruh peserta pelatihan *ecoprint* belum terlibat dalam usaha formal sampai saat ini. Terdapat 71,4 persen dari seluruh peserta juga tidak terlibat dalam usaha formal maupun informal. Sedangkan sebanyak 28,6 persen dari seluruh peserta terlibat dalam usaha informal (ditunjukkan dalam Tabel 6).

Tabel 7 menunjukkan bahwa berdasarkan keterlibatan dalam pelatihan pemasaran (termasuk pemasaran *online*), sebanyak 85,7 persen peserta pernah mengikuti pelatihan pemasaran, sedangkan sisanya 14,3 persen tidak pernah mengikuti pelatihan pemasaran.

Sebanyak 74,3 persen peserta menyatakan pernah belanja melalui media *online*, sedangkan sisanya sebanyak 25,7 persen menyatakan tidak pernah belanja melalui media *online*. Hal ini ditunjukkan dalam Tabel 8.

Tabel 7. Komposisi Peserta Berdasarkan Keterlibatan dengan Pelatihan Pemasaran

Keterlibatan dalam pelatihan pemasaran (termasuk online)	Jumlah	Persentase
Pernah	30	85,7
Tidak Pernah	5	14,3

Tabel 8. Komposisi peserta berdasarkan pembelian produk dari media online

Pernah tidaknya membeli produk melalui media online	Jumlah	Persentase
Tidak	9	25,7
Ya	26	74,3

### Pelaksanaan Pelatihan Pembuatan *Ecoprint*

Kualitas *ecoprint* sangat tergantung pada bahan alami yang digunakan sebagai bahan baku utama *ecoprint* dan proses pembuatannya. Bahan baku utama pembuatan *ecoprint* adalah berbagai jenis daun-daunan yang tersedia di sekitarnya. Oleh karena itu, sebelum melaksanakan pelatihan, tim pelaksana pemberdayaan masyarakat melakukan observasi terlebih dahulu ke lokasi yaitu di Sorowajan, Dukuh Glugo, Desa Panggungharjo. Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul untuk mengidentifikasi jenis daun yang dapat dijadikan bahan utama *ecoprint*.

Alat utama pembuatan *ecoprint* adalah alat kukus kain yang sudah ditemplei daun nantinya. Semakin baik kualitas alat kukus yang ditunjukkan dengan panas yang merata, sehingga menghasilkan *ecoprint* yang berkualitas baik. Oleh karena itu, pada tanggal 3 Agustus 2019 dilakukan serah terima hibah barang yang berupa mesin kukus berisi 10 *tray* untuk kelompok masyarakat yang terasuk dalam Dasawisma Lili dan Kenanga di Sorowajan, Dukuh Glugo, Panggungharjo Sewon Bantul. Jumlah *tray* yang banyak ditujukan agar dapat memuat gulungan kain dalam jumlah banyak. Serah terima hibah barang ini dihadiri sekitar 20 orang wakil dari masing-masing dasawisma dan dihadiri oleh kepala Dukuh Glugo, Ketua RT 12 Sorowajan, ketua Dasawisma Lili, dan Kenanga. Dalam acara ini ditandatangani berita acara serah terima hibah barang yang

didanai oleh Kemenristek DIKTI dalam rangka pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini.

Pelatihan pembuatan *ecoprint* dilakukan di rumah salah satu warga pada tanggal 4 Agustus 2019 pukul 09.00. Adapun pelaksanaan pelatihan pembuatan *ecoprint* di Sorowajan, Dukuh Glugo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul adalah sebagai berikut: Di awal pelatihan, peserta yang sudah diminta untuk membawa beberapa lembar daun dan menyiapkan alat yang dibutuhkan untuk membuat *ecoprint*. Masing-masing peserta sudah membawa beberapa lembar daun seperti daun jati, daun jenitri, daun jarak, daun ketapang, daun jati, daun mahoni, daun jambu, daun mangga, dan sebagainya untuk dijadikan motif di atas kain.

Penjelasan mengenai tata cara pembuatan *ecoprint* dengan pewarna alam disampaikan sebelum melakukan praktik pembuatan *ecoprint*. Masing-masing peserta dibagikan alat dan bahan yang telah disiapkan sebelumnya yang meliputi berbagai macam daun yang telah disediakan dan dibawa oleh peserta, cairan tunjung, dan kain untuk mengelap daun. Para peserta mulai melakukan langkah demi langkah pembuatan *ecoprint* dengan bantuan instruktur dan Tim PKM (ditunjukkan dalam Gambar 2). Langkah awal yang harus dilakukan peserta adalah mencelupkan beberapa jenis daun dalam cairan tunjung. Seluruh permukaan daun harus basah sampai merata di kedua sisinya (dapat dilihat pada Gambar 3).



Gambar 2: Pengantar pembuatan *ecoprint* oleh instruktur dan pemilahan daun



Gambar 3. Peserta Mencelupkan Beberapa Jenis Daun dalam Cairan Tunjung dan Mencelupkan Kain Sutra dalam Cairan Pewarna Alam



Gambar 4. Peserta Menggelar Kain yang Sudah Dichelup Pewarna Alami di Atas Plastik dan Menata Daun di Atas Kain Tersebut

Daun yang sudah basah secara merata, dilap dengan kain agar tidak terlalu basah saat diletakkan di atas kain nantinya. Sementara itu beberapa peserta lain mencelupkan kain sutra dalam pewarna alami. Gambar 4 menunjukkan tahapan berikutnya adalah menggelar plastik untuk melapisi kain yang sudah dicelup sebelumnya dalam cairan pewarna alami. Dengan bantuan instruktur dan Tim PKM, peserta menata daun-daun di kain yang ditunjukkan dalam Gambar 4. Apabila daun telah tertata dengan rapi, maka kain dibagi dilipat menjadi dua sama besar dan dilapisi plastik kembali. Kain beserta plastik kembali dilipat menjadi 4 bagian sama besar lalu digulung dengan bantuan kayu bulat lalu diikat dengan menggunakan rafia.

Gambar 5 menunjukkan gulungan kain yang diikat dengan menggunakan rafia dengan merata dan ketat, lalu dimasukkan ke dalam mesin kukus yang sudah dihibahkan oleh Tim PKM kepada Dasawisma Lili dan Kenanga sebagai mitra PKM pada hari sebelumnya. Proses pengukusan tersebut membutuhkan waktu 1,5 jam.

Proses pengukusan membutuhkan waktu 1,5 jam, sehingga sambil menunggu hasil pengukusan, peserta diminta untuk mengisi kuesioner yang berisi tentang data sosial ekonomi dan motivasi serta pengetahuan mereka tentang *ecoprint* (ditunjukkan pada

Gambar 6). Setelah mereka selesai mengisi, mereka dipersilakan untuk istirahat menikmati hidangan yang telah disediakan sambil mereka berkonsultasi dengan instruktur terkait dengan cara, alat, dan bahan pembuatan *ecoprint*. Respon peserta menunjukkan bahwa sebagian besar tertarik untuk menjadikan produk *ecoprint* sebagai tambahan penghasilan bagi mereka. Mereka dengan antusias bertanya dan ingin mencobanya kembali sebelum nantinya dijual melalui kelompok usaha mereka. Setelah 1,5 jam dikukus, gulungan kain diambil dari mesin kukus dan kemudian dilepas rafia dan kayu gulungannya. Mereka kemudian mengambil daun-daun dari kainnya dan kain siap untuk diangin-anginkan atau dijemur di tempat yang teduh (ditunjukkan dalam Gambar 6).

Apabila semua daun sudah dilepas dari kain, maka kain akan menjadi bermotif daun dengan warna yang beraneka ragam tergantung dari jenis daun. Pigmen warna pada tanaman dapat mempengaruhi hasil eksplorasi (Husna, 2016). Setelah melihat hasil pelatihan *ecoprint*, hampir semua peserta merasa puas dengan hasil karyanya (ditunjukkan dalam Gambar 7). Untuk selanjutnya akan diadakan pendampingan kembali agar kualitas hasil *ecoprint*nya menjadi semakin baik dan layak jual dengan harga yang cukup tinggi



Gambar 5: Kain Digulung dan Diikat Tali lalu Dimasukkan ke dalam Mesin Kukus



Gambar 6: Peserta Menunggu Hasil Pengukusan Sambal Mengisi Kuesioner dan Setelah 1,5 Jam Gulungan Dibuka dan Daun Dilepaskan Dari Kain



Gambar 7: Peserta menjemur dan memamerkan hasil pelatihan *ecoprint* mereka

**Pembuatan Video Tutorial Pembuatan *Ecoprint***

Salah satu luaran kegiatan PKM ini adalah video tutorial pembuatan *ecoprint*. Video ini ditujukan agar masyarakat luas dapat membuat produk *ecoprint* dengan mudah dengan menggunakan tanaman di sekitarnya sehingga mereka dapat memproduksi sendiri setelah menyaksikan video tersebut dan mempraktekkannya melalui pelatihan. Gambar 8 menunjukkan video tutorial pembuatan *ecoprint* ini bisa dibuka di website berikut: <https://www.youtube.com/watch?v=ZBSkXbdANfY>

Dengan berbagai rangkaian kegiatan pemberdayaan masyarakat yang berupa pelatihan *ecoprint* beserta pelatihan pemasaran diharapkan dapat meningkatkan kapasitas masyarakat terutama ibu-ibu Dasawisma Lili dan Kenanga di Dukuh Glugo dalam mendorong ekonomi kreatif melalui pemanfaatan potensi di sekitarnya sehingga dapat meningkatkan nilai tambah suatu produk yang layak jual dengan harga yang cukup tinggi di pasaran. Hal ini dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat khususnya di Dukuh Glugo sebagai mitra PKM yang didanai oleh DRPM DIKTI.



Gambar 8: Video Tutorial Pembuatan *Ecoprint*

**Pelatihan Pemasaran**

Pelatihan pemasaran ini merupakan rangkaian kegiatan PKM yang bertujuan untuk mendukung kegiatan pelatihan *ecoprint*. Pelatihan pemasaran ini bertujuan untuk mempermudah kelompok usaha yang terbentuk dalam memasarkan produk *ecoprint*nya. Hal ini secara tidak langsung agar pendapatan masyarakat meningkat melalui ekonomi kreatif. Pelatihan pemasaran *online* ini diadakan pada tanggal 30 April 2019 dengan dihadiri anggota Dasawisma Lili dan Kenanga Dukuh Glugo, Sewon Bantul. Selama acara berlangsung, para peserta antusias mengikuti dan bertanya berbagai hal terkait dengan pemasaran *online*. Pada kesempatan yang sama, dibentuklah kelompok Usaha UMKM dengan nama *Liken Ecoprint* dan disetujui beberapa aturan dan Rencana Anggaran Belanja (RAB) dalam kelompok usaha tersebut. Pembuatan *Instagram* “uniqueecoprint” dilakukan agar menjadi media pemasaran *online* sebagai media untuk memasarkan produk *ecoprint* para anggota Dasawisma Lili Kenanga (dapat dilihat pada Gambar 9).



Gambar 9: Pelatihan Pemasaran dan *Instagram* Uniqueecoprint

### Evaluasi Pasca Pelatihan

Untuk mengetahui apakah pelatihan *ecoprint* dan pemasaran bermanfaat bagi peserta pelatihan, maka dilakukan evaluasi sebelum dan sesudah adanya pelatihan terkait pengetahuan tentang manfaat lingkungan, *ecoprint*, motivasi, manfaat *ecoprint*, pemasaran, pemasaran *online*, efektivitas media *online*, dan kemanfaatan media *online*.

Berdasarkan pengetahuan tentang pemanfaatan lingkungan, sebelum adanya pelatihan terdapat 40,0 persen dari seluruh peserta pelatihan *ecoprint* hanya mendengar tetapi belum mengetahui apa yang bisa dimanfaatkan dari lingkungan di sekitar tempat tinggal mereka. Masing-masing 5,7 persen belum mengetahui tentang pemanfaatan lingkungan

dan sudah mengetahui dan memanfaatkan apa yang ada di sekitar tempat tinggal mereka dalam kegiatan ekonomi. Sisanya sebesar 22,9 persen dari seluruh peserta sudah mengetahui, tetapi tidak memanfaatkan lingkungan sekitar tempat tinggal mereka. Setelah dilakukan pelatihan, sebanyak 5,7 persen peserta hanya mendengar tetapi belum tahu apa yang bisa dimanfaatkan. Sebanyak 8,6 persen sudah tahu tapi tidak memanfaatkannya, dan sebanyak 85,7 persen sudah mengetahui dan sudah memanfaatkannya dalam kegiatan ekonomi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pelatihan memberi wawasan kepada peserta bahwa lingkungan di sekitar dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (dapat dilihat pada Tabel 9).

Tabel 9. Komposisi Peserta Berdasarkan Pengetahuan Tentang Pemanfaatan Lingkungan

Pengetahuan tentang pemanfaatan lingkungan	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Belum tahu	2	5,7	0	0
Hanya mendengar tetapi belum tahu apa yang bisa dimanfaatkan	14	40,0	2	5,7
Sudah tahu tapi tidak memanfaatkannya	8	22,9	3	8,6
Sudah mengetahui dan sudah memanfaatkannya dalam kegiatan ekonomi	11	31,4	30	85,7

Tabel 10. Komposisi Peserta Berdasarkan Pengetahuan Tentang *Ecoprint*

Pengetahuan tentang <i>ecoprint</i>	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Belum tahu	3	8,6	0	0
Hanya mendengar tetapi belum tahu seperti apa	5	14,3	0	0
Sudah tahu tapi tidak mengetahui cara pembuatannya	15	42,9	1	2,8
Sudah mengetahui cara pembuatan <i>ecoprint</i>	12	34,3	34	97,2

Tabel 11. Komposisi Peserta Berdasarkan Motivasi Mengikuti Pelatihan

Motivasi	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Hanya ingin tau saja	1	2,8	0	0
Ingin mempraktekkan agar bisa memproduksi untuk diri sendiri atau keluarga	5	14,3	3	8,6
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa dijual	25	71,4	29	82,9
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memproduksi masal	3	8,6	2	5,7
Ingin mempraktekkan dan nantinya mempekerjakan orang untuk memproduksinya	1	2,8	1	2,8

Tabel 10 menunjukkan bahwa berdasarkan pengetahuan tentang *ecoprint*, dengan adanya pelatihan *ecoprint* menjadikan peserta yang tadinya belum mengetahui tentang *ecoprint* sebanyak 8,6 persen menjadi paham tentang *ecoprint*. Sebanyak 14,3 persen dari seluruh peserta hanya mendengar, tetapi belum mengetahui apa yang dimaksud dengan *ecoprint* sebelum ada pelatihan. Sebanyak 42,9 persen dari peserta sudah tahu tapi tidak mengetahui cara pembuatannya menjadi mengetahui cara pembuatan *ecoprint* yaitu sebanyak 97,2.

Dilihat dari komposisi peserta berdasarkan motivasi mereka mengikuti pelatihan *ecoprint*, semula 71,4 persen menjadi 82,9 persen dari seluruh peserta termotivasi karena mereka ingin mempraktikkan dan nantinya mereka akan menjual produk *ecoprint* mereka jika hasil mereka sudah cukup bagus dan layak jual. Sebanyak 14,3 persen peserta ingin mempraktekkan sendiri dalam membuat *ecoprint* agar bisa memproduksi untuk diri sendiri ataupun untuk keluarga mereka. Proporsi ini berkurang setelah adanya pelatihan, hal ini dimungkinkan karena setelah melihat hasil pelatihan yang mereka lakukan mereka menjadi ingin menjualnya. Terdapat 2,8 persen peserta ingin mempraktekkan

dan nantinya akan mempekerjakan orang untuk memproduksinya. Sedangkan tadinya terdapat 2,9 persen dari seluruh responden hanya ingin tau saja, tetapi setelah mengikuti pelatihan mereka lebih ingin memproduksi dan menjualnya (ditunjukkan dalam Tabel 11).

Berdasarkan persepsi peserta tentang manfaat pelatihan *ecoprint*, sebelum mengikuti pelatihan sebanyak 85,7 persen dari seluruh peserta berpendapat bahwa pelatihan tersebut bermanfaat bagi mereka. Setelah mengikuti pelatihan tersebut, seluruh peserta beranggapan bahwa pelatihan tersebut sangat bermanfaat. Dengan mengikuti pelatihan mereka dapat menambah pengetahuan serta ketrampilan karena mereka belum pernah mendapatkan pelatihan *ecoprint* sebelumnya (dapat dilihat pada Tabel 12).

Berdasarkan pengetahuan peserta tentang pemasaran, sebanyak 25,7 persen sudah mengetahui, tetapi tidak mengetahui cara pemasarannya sebelum mereka mengikuti pelatihan pemasaran. Setelah mengikuti pemasaran, mereka ingin mempraktikkan dan nantinya bisa dipasarkan yaitu sebanyak 68,7 persen jauh berbeda dengan sebelum diadakannya pelatihan pemasaran (ditunjukkan pada Tabel 13),

Tabel 12. Persepsi Peserta Tentang Manfaat Pelatihan *Ecoprint*

Persepsi Peserta	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Bermanfaat	30	85,7	35	100
Tidak Bermanfaat	5	14,3	0	0

Tabel 13. Komposisi Peserta Berdasarkan Pengetahuan Tentang Pemasaran

Pengetahuan tentang pemasaran	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Belum tahu	4	11,4	0	0
Hanya mendengar tetapi belum tahu seperti apa	8	22,9	0	0
Sudah tahu tapi tidak mengetahui cara pemasarannya	9	25,7	2	5,7
Sudah mengetahui cara pemasaran	5	14,3	6	17,1
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa dipasarkan	4	11,4	24	68,7
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memasarkan masal	5	14,3	2	5,7
Ingin mempraktekkan dan nantinya mempekerjakan orang untuk memasarkan	4	11,4	1	2,8

Tabel 14. Komposisi Peserta Berdasarkan Pengetahuan Tentang Pemasaran *Online*

Pengetahuan tentang pemasaran	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Belum tahu	11	31,4	0	0
Hanya mendengar tetapi belum tahu seperti apa	7	20,0	1	2,8
Sudah tahu tapi tidak mengetahui cara pemasarannya	7	20,0	1	2,8
Sudah mengetahui cara pemasaran	3	8,6	5	14,4
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa dipasarkan	5	14,3	23	65,7
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memasarkan masal	1	2,9	3	8,6
Ingin mempraktekkan dan nantinya mempekerjakan orang untuk memasarkan	1	2,9	2	5,7

Tabel 15. Komposisi Peserta Berdasarkan Penggunaan Media *Online*

Pengetahuan tentang pemasaran	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Facebook	8	22,9	8	22,9
Instagram	18	51,4	23	65,7
Line	3	8,6	3	8,6
Lainnya	6	17,1	1	2,8

Tabel 16. Komposisi Peserta Berdasarkan Persepsi Tentang Efektivitas Media *Online*

Efektivitas media online	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Tidak	4	11,4	0	0
Ya	31	88,6	35	100

Tabel 17. Komposisi Peserta Berdasarkan Kemanfaatan Media *Online*

Merasa mendapatkan manfaat dari media online	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Tidak	1	2,9	0	0
Ya	34	97,1	35	100

Berdasarkan pengetahuan peserta tentang pemasaran, sebelum mengikuti pelatihan sebanyak 20,0 persen sudah mengetahui tapi tidak mengetahui cara pemasarannya dan hanya mendengar tetapi belum tahu seperti apa. Setelah mengikuti pelatihan pemasaran, semula terdapat 14,3 persen menjadi 65,7 persen peserta ingin mempraktekkan dan nantinya bisa dipasarkan. Sebanyak 31,4 persen belum mengetahui tentang pemasaran (ditunjukkan pada Tabel 14),.

Berdasarkan penggunaan media online, jenis media *online* yang digunakan sebagai media

pemasaran sebanyak 51,4 persen menggunakan Instagram, meningkat menjadi 65,7 persen yang menggunakan Instagram dikarenakan dalam memasarkan *ecoprint* akan digunakan Instagram sebagai media pemasarannya (ditunjukkan pada Tabel 15),

Sebelum mengikuti pelatihan pemasaran, sebanyak 88,6 persen peserta menyatakan bahwa media online efektif untuk memasarkan produk, sedangkan sisanya sebanyak 11,4 persen menyatakan media *online* tidak efektif. Akan tetapi setelah mengikuti pelatihan, seluruh peserta menyadari bahwa media online cukup

efektif untuk memasarkan produk (dapat dilihat pada Tabel 16).

Sebanyak 97,1 persen peserta menyatakan mendapatkan manfaat dari media *online*, sedangkan sisanya sebanyak 2,9 persen menyatakan tidak mendapatkan manfaat dari media *online* sebelum adanya pelatihan. Akan tetapi setelah ada pelatihan, seluruh peserta merasakan manfaat media *online*. Mereka beranggapan bahwa pelatihan tersebut dapat menambah pengetahuan serta keterampilan bagi mereka dikarenakan mereka belum pernah mendapatkan pelatihan pemasaran *online* sebelumnya (ditunjukkan pada Tabel 17).

#### 4. SIMPULAN

Potensi alam di lingkungan sekitar Dukuh Glugo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul yang belum dimanfaatkan dan dalam rangka mendorong ekonomi kreatif, maka dilaksanakan pelatihan pembuatan *ecoprint*. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kelompok Dasawisma Lili dan Kenanga di Dukuh Glugo yang secara tidak langsung memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat. Dengan meningkatnya keterampilan ibu-ibu dasawisma dalam membuat produk *ecoprint* dapat meningkatkan nilai tambah produk yang dibuat dengan menggunakan potensi desa dan kearifan lokal sehingga masyarakat tidak hanya tergantung dari penghasilan kepala rumah tangga. Hasil dari kegiatan pemberdayaan masyarakat ini adalah meningkatnya kapasitas masyarakat dalam memproduksi *ecoprint*.

Pelatihan *ecoprint* ini juga didukung dengan pembuatan video tutorial *ecoprint*. Hasil dari

pembuatan video tersebut adalah terwujudnya pembelajaran *online* tentang pembuatan *ecoprint*. Selain ditujukan bagi warga masyarakat Dukuh Glugo, video ini juga bisa dimanfaatkan oleh masyarakat luas pengguna media sosial agar dapat membuat *ecoprint* sendiri dengan bahan alami di sekitarnya. Dengan adanya program PKM ini, masyarakat luas khususnya masyarakat Dukuh Glugo, Panggungharjo, Sewon dapat membuat *ecoprint* dan memproduksinya dalam jumlah yang besar. Hal ini ditunjang dengan kegiatan pelatihan pemasaran *online* sehingga masyarakat dapat menjual produk *ecoprint*nya melalui media sosial sehingga meningkatkan kesejahteraan rumah tangganya. Dengan serangkaian kegiatan PKM ini diharapkan dapat mendorong ekonomi kreatif dengan memanfaatkan potensi alam di sekitarnya, yang secara langsung dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diucapkan kepada DRPM Dikti yang telah memberikan dana Hibah Program Kemitraan Masyarakat ini, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Demikian juga ucapan terimakasih diucapkan kepada Pemerintah Daerah Desa Panggungharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul yang telah mendukung terselenggaranya program ini, sehingga masyarakat di Dukuh Glugo dapat meningkatkan keterampilan dengan memanfaatkan potensi alam di sekitarnya, sehingga mendorong ekonomi kreatif di daerahnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, G.B., (2016). Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Desa Panggungharjo (2017). Data Monografi Desa Panggungharjo Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul. DIY.
- Fadhil, S. (n.d.). Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan Berbasis Pengetahuan dan Kearifan Lokal (Local Wisdom) di Kalimantan, 72–92. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/196010-ID-pengelolaan-sumber-daya-alam-dan-lingkun.pdf>
- Humphrey J, Mansell R, Paré D, Schmitz H (2003). Reality of E-Commerce with Developing Countries. London School of Economics, London, UK.
- Husna, F. (2016). Eksplorasi Teknik *Eco Dyeing* dengan Tanaman sebagai Pewarna. In *e-Proceeding of Art & Design* (Vol. 3, pp. 280–293).

- International Labour Organization (2017). *Pelatihan Keterampilan Pedesaan: Manual Generik Pelatihan untuk Pemberdayaan Ekonomi Pedesaan (TREE)*.
- Nissa, R. & Widiawati, D. (2008). Pewarna Alami untuk Produk Fashion. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Senirupa Dan Desain*, 1-7. Diakses dari <http://jurnal-s1.fsrđ.itb.ac.id/index.php/craft/article/view/479/415>
- Nurfathiyah, P., Mara, A., Siata, R., & Farida, A. (2011). Pemanfaatan Video sebagai Media Penyebaran Inovasi Pertanian. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, (52), 30-36.
- Pujilestari, T. (2015). Review: Sumber dan Pemanfaatan Zat Warna Alam untuk Keperluan Industri. *Jurnal Dinamika Kerajinan dan Batik*, 32(2), 93-106. Yogyakarta.
- Sardjono (2010). *Teknologi Pewarnaan Batik Zat Warna Alam*. Yogyakarta: Balai Besar Kerajinan dan Batik.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Swatman PMC (1996). *Electronic Commerce: Origins and Future Directions*, 1st Australian DAMA Conference, Melbourne, Australia.