

# Mengoptimalkan Promosi Usaha Konveksi Tas Melalui Pembuatan Plakat, Instagram, dan Google Maps

Hadi Sucipto\*, Ichtiara Viandiva Aulia  
STIE PGRI Dewantara Jombang

Korespondensi\*: [hadisucipto@stiedewantara.ac.id](mailto:hadisucipto@stiedewantara.ac.id)

## Abstrak

Usaha konveksi tas merupakan industri yang kompetitif dengan persaingan yang ketat di pasar. Di desa Karangmojo tepatnya di dusun Klampisan terdapat UMKM yang bergerak di bidang konveksi yaitu dengan memproduksi Tas dari kulit sintetik. Usaha ini sangat membutuhkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas di pasar lokal dan juga regional. Strategi yang digunakan dalam mengoptimalkan promosi usaha konveksi tas yaitu melalui pemanfaatan media social dan teknologi informasi. Hal ini didukung dengan menggunakan pendekatan gabungan antara membuat plakat, pemasaran melalui platform instagram dan peningkatan visibilitas melalui google Maps. Metode ini digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan usaha konveksi tas serta mampu memperluas jangkauan pelanggan potensial. Hasil dari penerapan strategi ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah kunjungan ke toko fisik dan interaksi *online*. Dengan demikian, artikel ini memberikan wawasan tentang bagaimana usaha kecil dapat memanfaatkan berbagai saluran promosi untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran dan pengembangan bisnis.

**Kata kunci:** konveksi tas, strategi promosi, media sosial

## Abstract

*The bag convection business is a competitive industri with intense competition in the market. In Karangmojo village, precisely in Klampisan hamlet, there are MSMEs that operate in the convection sector, namely producing bags from synthetic leather. This business really needs an effective promotional strategy to increase visibility in lokal and regional markets. The strategy used to optimize the promotion of the bag convection business is through the use of social media and information technology. This is supported by using a combined approach between making placards, marketing via the Instagram platform and increasing visibility via Google Maps. This method is used to increase public awareness about the existence of the bag convection business and to expand the reach of potential customers. The results of implementing this strategy show a significant increase in the number of visits to physical stores and online interactions. Thus, this article provides insight into how small businesses can utilize various promotional channels to achieve success in marketing and business development.*

**Keywords:** bag convection, promotional strategy, social media

## A. PENDAHULUAN

Industri pembuatan tas melalui proses konveksi tengah mengalami perkembangan pesat setelah pandemic Covid-19, hal ini disebabkan karena meningkatnya permintaan dari berbagai kalangan. Di tengah persaingan yang ketat, promosi menjadi kunci utama untuk memperkuat posisi pasar dalam bisnis ini. Dalam era digital seperti sekarang, pemanfaatan *platform online* seperti Instagram dan Google Maps telah menjadi strategi yang sangat penting bagi banyak usaha. Selain itu, penggunaan plakat juga sangat berperan penting dalam media promosi sangat relevan dan efektif untuk menjangkau konsumen secara lokal.

Artikel ini akan membahas cara-cara untuk meningkatkan promosi usaha konveksi tas dengan memanfaatkan pembuatan plakat, promosi melalui Instagram serta menggunakan *Google Maps*. Kami juga menjelaskan pentingnya menggunakan media *online* untuk memperluas jangkauan pasar dan tetap mempertimbangkan nilai promosi

tradisional seperti plakat. Dari kombinasi strategi ini diharapkan mampu membantu pemilik usaha konveksi tas meningkatkan visibilitas dan penjualan produk.

## 2. Profil Ayre Bag

Ayre Bag adalah sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berlokasi di Dusun Klampisan, Desa Karangmojo, Kecamatan Plandaan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Berdiri sejak tahun 2013, UMKM ini merupakan perwujudan dari visi dan semangat wirausaha Ibu Yanti dan suaminya untuk menghasilkan produk fashion berkualitas tinggi. Spesialisasi utama Ayre Bag terletak pada produksi berbagai macam tas dan dompet dengan desain yang modern dan menarik.

Setiap produk yang dihasilkan oleh Ayre Bag merupakan hasil dari kombinasi antara keahlian kerajinan tangan yang tinggi dan penggunaan bahan-bahan berkualitas. Pemilik usaha memastikan bahwa setiap detail produk dikerjakan dengan teliti, menciptakan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetis. Desain-desain yang unik dan inovatif menjadi ciri khas dari setiap tas dan dompet yang diproduksi, menjadikan Ayre Bag menjadi pilihan utama bagi mereka yang mengutamakan gaya dan kualitas. Selain berperan sebagai produsen produk fashion, Ayre Bag juga turut berperan dalam menggerakkan perekonomian lokal. Melalui produksi tas dan dompet, Ayre Bag telah menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi di wilayah tersebut. Keberadaan Ayre Bag juga menjadi salah satu daya tarik ekonomi lokal, menarik minat pembeli dari berbagai daerah seperti kota Nganjuk, Madiun untuk berlangganan di mereka.

Dengan semangat berwirausaha yang kuat, Ayre Bag terus berkomitmen untuk berkembang dan berinovasi. Mereka selalu mencari cara baru untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasarnya.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

Pelaksanaan program untuk mengoptimalkan promosi usaha konveksi tas melalui pembuatan plakat, Instagram, dan Google Maps didukung oleh berbagai aspek teoritis yang relevan. Pertama, dalam konteks pembuatan plakat, teori pemasaran menyatakan bahwa penggunaan media cetak seperti plakat masih memiliki dampak yang signifikan dalam menjangkau *audiens* lokal. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), promosi melalui media cetak termasuk plakat merupakan salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian pelanggan potensial di lingkungan fisik yang terbatas. Pemanfaatan Instagram sebagai platform media sosial yang populer juga didukung oleh teori pemasaran digital. Menurut Ryandan Jones (2009), media sosial memungkinkan interaksi dua arah antara merek dan konsumen, memungkinkan perusahaan untuk membangun koneksi yang lebih kuat dengan audiensnya. Dengan mengunggah konten kreatif dan relevan, berpartisipasi dalam percakapan online, dan memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Stories dan IGTV, konveksi tas dapat memperluas jangkauan promosinya secara online dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan potensial.

Pendaftaran usaha di *Google Maps* memiliki dasar teoritis yang terkait dengan konsep lokasi berbasis layanan. Menurut Evans (2010), pendaftaran bisnis di *platform* seperti Google Maps dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha bagi konsumen lokal. Dengan menyediakan informasi yang akurat dan terperinci tentang lokasi toko, jam operasional, dan kontak, konveksi tas dapat membuatnya lebih mudah bagi konsumen untuk menemukan dan menghubungi mereka.

Dengan memadukan teori-teori pemasaran konvensional dan digital serta prinsip-prinsip lokasi berbasis layanan, program untuk mengoptimalkan promosi usaha konveksi tas melalui pembuatan plakat, Instagram, dan Google Maps diharapkan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan visibilitas, menjangkau audiens yang lebih luas, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

### C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Tas Rumahan AYRE Bag adalah usaha produksi tas yang dimiliki oleh salah satu warga desa Karangmojo. Oleh karena itu, permasalahan yang dihadapi adalah terkait dengan pemasaran dan lokasi usaha tersebut. Secara umum masalah yang dihadapi yaitu:

1. Pemasaran produk
2. Lokasi usaha

Meskipun usaha ini telah lama berdiri namun belumm memahami terkait pemasaran digital atau pemasaran *online* dan dianggap kurang efektif disbanding pemasaran langsung. Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi pemilik usaha, maka kegiatan ini menitikberatkan masalah pada kegiatan pemasaran Tas Rumahan AYRE Bag. Dengan adanya program pembinaan dari tim dosen dan mahasiswa, diharapkan pemilik usaha mampu mengelola media pemasaran *online* dengan baik dan benar serta mampu menciptakan kreatifitas design tas yang lebih modern.

Gambaran dari kegiatan tersebut adalah:

1. Koordinasi dengan pihak desa terkait usaha yang sudah berdiri di Desa Karangmojo terkait proses pengembangan produk selama usaha ini berdiri. Tim dosen dan Mahasiswa melakukan pembinaan terkait pentingnya pemasaran *online* dan media yang bisa digunakan dalam permasalahan ini untuk mebantumeningkatkan penjualan dan mengenalkan produk tersebut di khalayak umum. Dalam waktu satu minggu kami melakukan kunjungan di rumah produksi selama kurang lebih 4-5 kali. Melakukan proses editing dan operasional social media dengan bantuan pemilik usaha untuk memenuhi pemasaran media social. Setidaknya kami butuh 8-9 dokumentasi dalam waktu sehari berupa foto ataupun video. Foto dan video mencakup proses produksi dan produk jadi yang siap dipasarkan, namun sebelum dipasarkan produk-produk ini di unggah di social media terlebih dahulu untuk menarik minat pembeli.
2. Pembuatan logo dan nama produk. Pembuatan logo ini bukan hal yang mudah karena membutuhkan kreatifitas dan kemampuan merancang dan membuat logo sesuai dengan yang diharapkan pemilik usaha.
3. Pembuatan plakat dan Google Maps. Karena pemasaran dilakukan secara manual sehingga tidak banyak yang mengetahui lokasi produksi Tas Rumahan AYRE Bag. Oleh karena itu, pembuatan plakat dan Google Maps sangatdiperlukan untuk memudahkan customer apabila ingin melakukan pembelian secara langsung.
4. Setelah melakukan beberapa rangkaian proses diatas, kami melakukan evaluasi terhadap produk Tas Rumahan AYRE Bag. Kami melihat perkembangan ini setelah jalan selama 2 minggu bahwasannya produk mengalami peningkatan penjualan dan perubahan model tas menjadi lebih modern mengikuti trend sekarang. Disamping itu produsen juga lebih berambisi melakukan produksi tas karena sebagian *customer* banyak yang melakukan pembelian secara langsung.

### D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian dilaksanakan selama satu bulan, 29 Januari-28 Februari. Pelaksanaan pembinaan dilakukan secara langsung kepada pemilik usaha. Tim pengabdian dosen serta mahasiswa membantu proses pemasaran online dan pembuatan plakat agar tidak tertinggal dengan kemajuan Zaman.

Tahapan dari kegiatan ini dimulai dari koordinasi antara tim pengabdian dengan pemilik usaha yang akan membantu selama di lapangan. Kegiatan ini dilakukan guna menyadarkan pemilik usaha tentang pentingnya media social dalam proses pemasaran dan juga penggunaan plakat dalam memudahkan pencarian lokasi oleh customer.



Gambar 1: Rapat koordinasi awal antara tim pengabdian dengan perangkat Desa Karangmojo

Hasil yang memuaskan diperoleh setelah hasil kegiatan sudah dilakukan. Tim pengabdian dosen beserta dan mahasiswa mampu membina pemilik usaha menggunakan media online berupa instagram untuk memasarkan produk dan mengenalkan kepada khalayak umum. Selain itu, tim juga membuat logo karena sebelumnya produk ini belum memiliki logo sebagai identitas dari usaha Tas Rumahan AYRE Bag.



Gambar 2: Koordinasi antara tim pengabdian dengan pemilik usaha Tas Rumahan AYRE Bag dan Logo

## E. PENUTUP

Kegiatan pengabdian di Desa Karangmojo telah memberi banyak manfaat, khususnya bagi produksi Tas Rumahan AYRE Bag. Beberapa hal yang telah dilakukan oleh tim bersama pemilik usaha adalah: 1) meningkatkan penjualan dari platform media social berupa Instagram, 2) terciptanya logo sebagai identitas produksi tas tersebut, 3) memudahkan customer mencari lokasi produksi dari plakat yang sudah di bangun. Selain itu, kami juga memberikan pembinaan dalam menggunakan media social agar lebih efektif, seperti melakukan promosi dan juga proses pengambilan foto produk beserta editing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, & Amstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Ryan, D., & Jones, C. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation. Philadelphia: Kogan Page.
- Evans, D. (2010). Social media marketing: the next generation of business engagement. John Wiley & Sons.