


 COMMUNITY
SERVICE
PROGRESS

COMMUNITY SERVICES PROGRESS

EISSN : 2962-0422

www.journal.stie-binakarya.ac.id

Pelatihan Pemasaran Digital Produk *Scrunchie* Berbahan Limbah Kain Perca untuk Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan

Durahman Marpaung^{1*}, Adetia Azmi Tanjung¹, Rahmawani¹, Hajar Affiah¹

Universitas Muhammadiyah Asahan¹

Email: durahmanmarpaung97@gmail.com*

ABSTRACT

Digital marketing skills are an important competency for aspiring entrepreneurs in the digital economy. Members of the Entrepreneurship Student Activity Unit (UKM) at Muhammadiyah Asahan University had previously received training on utilizing waste fabric scraps to create economically valuable scrunchies, but still faced limitations in marketing their products. This community service activity aims to improve students' entrepreneurial competencies through digital marketing training for scrunchie products made from waste fabric scraps. The activity was held on May 12, 2026, in the Muhammadiyah Asahan University Hall, involving 44 sixth-semester students from the Management Study Program and the Accounting Study Program who are members of the Entrepreneurship Student Activity Unit. The methods used included socialization, demonstrations, practice, and evaluation. The material provided covered digital marketing concepts, the use of social media and marketplaces, product photography techniques, digital catalog preparation, promotional content creation, and branding strategies. The results of the activity showed that all participants followed the training well and were able to create digital marketing accounts, produce more attractive product photos, compose product descriptions, and create simple promotional content ready for publication on social media. This training successfully improved participants' understanding and skills in utilizing digital technology as a means of product marketing. Thus, this activity contributes to improving students' entrepreneurial competencies while expanding marketing opportunities for scrunchie products made from waste fabric as a sustainable creative business.

Keywords: digital marketing; entrepreneurship; patchwork; scrunchie.

ABSTRAK

Kemampuan pemasaran digital merupakan kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh calon wirausaha di era ekonomi digital. Anggota UKM Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Asahan sebelumnya telah memperoleh pelatihan pemanfaatan limbah kain perca menjadi *scrunchie* yang bernilai ekonomi, namun masih mengalami keterbatasan dalam memasarkan

produk yang dihasilkan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui pelatihan pemasaran digital produk *scrunchie* berbahan limbah kain perca. Kegiatan dilaksanakan pada 12 Mei 2026 di Aula Universitas Muhammadiyah Asahan dengan melibatkan 44 mahasiswa semester VI Program Studi Manajemen dan Program Studi Akuntansi yang tergabung dalam UKM Kewirausahaan. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, demonstrasi, praktik, dan evaluasi. Materi yang diberikan mencakup konsep pemasaran digital, pemanfaatan media sosial dan *marketplace*, teknik fotografi produk, penyusunan katalog digital, pembuatan konten promosi, dan strategi branding. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh peserta mengikuti pelatihan dengan baik dan mampu membuat akun pemasaran digital, menghasilkan foto produk yang lebih menarik, menyusun deskripsi produk, serta membuat konten promosi sederhana yang siap dipublikasikan pada media sosial. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa sekaligus memperluas peluang pemasaran produk *scrunchie* berbahan limbah kain perca sebagai usaha kreatif yang berkelanjutan.

Kata Kunci: pemasaran digital; kewirausahaan; kain perca; *scrunchie*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, terutama teknologi internet, sudah mengakibatkan suatu perkembangan yang sangat besar bagi dunia usaha. Media sosial dan *marketplace* muncul sebagai media baru untuk pemasaran digital (Sirait et al., 2025). Kemampuan memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran menjadi salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh calon wirausaha di era ekonomi digital. *Digital marketing* adalah proses atau aktivitas yang digunakan untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan menggunakan media digital (Hestianah et al., 2025). *Digital marketing* membantu mencapai konsumen sebanyak mungkin tanpa adanya hambatan geografis (Wardana & Mukharomah, 2023).

Pada era digital, wirausaha menjadi salah satu bidang yang semakin digemari oleh para mahasiswa. Adanya kemajuan dalam teknologi dan internet telah menunjukkan banyak sekali potensi di mana generasi muda dapat berinovasi dan membuka bisnis mereka sendiri (Herwinda et al., 2026). Mahasiswa sebagai generasi yang akrab dengan teknologi memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha melalui platform digital. Namun, pemanfaatan media digital oleh mahasiswa masih sering terbatas pada aktivitas komunikasi dan hiburan. Banyak mahasiswa yang telah memiliki pengetahuan dasar kewirausahaan, tetapi belum memiliki keterampilan yang memadai dalam memasarkan produk secara digital. Padahal, keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga oleh kemampuan memperkenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen secara efektif.

Salah satu produk yang memiliki potensi untuk dikembangkan melalui pemasaran digital adalah *scrunchie* berbahan limbah kain perca. Sisa kain perca adalah limbah hasil produksi baju yang biasa dilihat sebagai sampah yang tidak memiliki manfaat apapun sehingga langsung dibuang dan dibakar (Salma et al., 2025). Melalui proses *upcycling*, limbah kain perca dapat diolah menjadi *scrunchie* yang memiliki nilai guna, nilai estetika, dan nilai ekonomi. *Scrunchie*

tidak lagi hanya digunakan sebagai peralatan untuk mengikat rambut saja, melainkan sudah menjadi trend gaya hidup yang terutama diminati oleh anak-anak muda dan remaja (Supriadi, 2024). Upaya mendaur ulang limbah kain perca tersebut dapat menghasilkan berbagai macam ide wirausaha yang sangat dibutuhkan sehingga menjadi sebuah kreasi yang unik dan menjadi produk yang bernilai jual (Istiqomah, 2024).

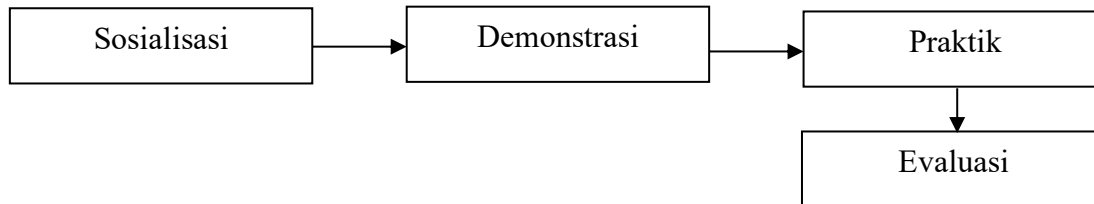
Anggota UKM Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Asahan telah memperoleh pelatihan pemanfaatan limbah kain perca menjadi *scrunchie*. Kegiatan tersebut berhasil meningkatkan kreativitas peserta dalam menghasilkan produk yang bernilai ekonomi. Namun, kemampuan produksi yang dimiliki peserta belum diimbangi dengan kemampuan pemasaran yang memadai. Berdasarkan hasil diskusi dengan pengurus UKM Kewirausahaan, sebagian besar anggota masih mengalami kesulitan dalam mempromosikan produk, membuat konten pemasaran yang menarik, menentukan strategi pemasaran digital, serta memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana penjualan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan menghasilkan produk dan kemampuan memasarkan produk. Pemasaran merupakan faktor penting yang menentukan keberlanjutan suatu usaha. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, produk yang memiliki kualitas baik sekalipun akan sulit dikenal oleh konsumen (Maria et al., 2026). Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan yang tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga pada pengembangan kompetensi pemasaran digital agar mahasiswa mampu mengelola dan mengembangkan usaha secara lebih optimal. Pelatihan pemasaran digital produk *scrunchie* berbahan limbah kain perca menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Melalui kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, teknik fotografi produk sederhana, pembuatan konten pemasaran, serta strategi membangun identitas merek (*branding*). Dengan keterampilan tersebut, peserta diharapkan mampu memasarkan produk secara lebih efektif dan memiliki kesiapan yang lebih baik dalam mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif.

Kegiatan ini dilaksanakan pada anggota UKM Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Asahan yang terdiri atas mahasiswa Program Studi Manajemen dan Program Studi Akuntansi. Pemilihan sasaran didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa memiliki potensi untuk menjadi wirausahawan muda yang inovatif serta memiliki akses yang baik terhadap teknologi digital. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta tidak hanya mampu menghasilkan produk kreatif dari limbah kain perca, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha yang dikembangkan. Selain mendukung pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), khususnya tujuan ke-8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta tujuan ke-12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui metode pelatihan dan pendampingan pemasaran digital. Mitra kegiatan adalah UKM Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Asahan dengan peserta sebanyak 44 mahasiswa semester VI Program Studi Manajemen dan Program Studi Akuntansi. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 12

Mei 2026 di Aula Universitas Muhammadiyah Asahan, Kecamatan Kisaran Timur, Kabupaten Asahan.



Gambar 1 Alur Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat pada UKM Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Asahan

Adapun tahapannya adalah:

1. Sosialisasi
Tim pengabdian memberikan materi mengenai konsep pemasaran digital, pentingnya pemasaran dalam pengembangan usaha, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta peluang pemasaran produk *scrunchie* berbahan limbah kain perca. Materi disampaikan melalui metode ceramah dan diskusi interaktif
2. Demonstrasi
Tim pengabdian mendemonstrasikan cara membuat akun bisnis pada media sosial, teknik fotografi produk menggunakan telepon pintar, penyusunan katalog digital, serta pembuatan konten promosi yang menarik menggunakan aplikasi desain sederhana. Peserta diperkenalkan dengan berbagai fitur yang dapat digunakan untuk mendukung pemasaran produk secara digital.
3. Praktik
Peserta melakukan praktik secara langsung dengan membuat akun pemasaran digital, mengambil foto produk *scrunchie*, menyusun deskripsi produk, menentukan harga jual, serta membuat konten promosi yang siap dipublikasikan pada media sosial. Kegiatan praktik dilakukan secara berkelompok dengan pendampingan dari tim pengabdian.
4. Evaluasi
Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung dan penilaian terhadap hasil praktik yang telah dilakukan. Aspek yang dievaluasi meliputi kemampuan peserta dalam membuat akun pemasaran digital, kualitas foto produk, penyusunan deskripsi produk, dan pembuatan konten promosi. Dilakukan sesi diskusi dan tanya jawab untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran digital dalam pengembangan usaha. Pada sesi ini peserta diberikan pemahaman tentang perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak memanfaatkan media digital dalam mencari informasi dan melakukan pembelian produk. Peserta juga memperoleh pengetahuan mengenai strategi pemasaran melalui media sosial, pentingnya branding produk, serta teknik promosi yang dapat diterapkan pada produk *scrunchie* berbahan limbah kain perca. Antusiasme peserta terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan terkait cara meningkatkan daya tarik produk dan menjangkau konsumen melalui platform digital. Setelah sesi sosialisasi, tim pengabdian

melakukan demonstrasi mengenai pembuatan akun bisnis media sosial, teknik fotografi produk menggunakan telepon pintar, serta penyusunan katalog digital. Demonstrasi dilakukan secara langsung sehingga peserta dapat memahami langkah-langkah yang diperlukan dalam mempersiapkan promosi produk secara digital. Peserta juga diperkenalkan pada penggunaan aplikasi desain sederhana untuk membuat konten promosi yang menarik dan informatif.



Gambar 2 Sosialisasi Pemasaran Digital

Pada tahap praktik, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok dan didampingi oleh tim pelaksana. Setiap kelompok melakukan praktik pengambilan foto produk *scrunchie* yang telah dihasilkan dari pemanfaatan limbah kain perca. Selanjutnya peserta menyusun deskripsi produk yang memuat informasi mengenai bahan, fungsi, keunggulan produk, serta harga jual. Peserta juga membuat konten promosi digital berupa poster dan unggahan media sosial yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Berdasarkan hasil observasi, seluruh peserta mengikuti kegiatan hingga selesai dengan tingkat kehadiran mencapai 100% dari jumlah peserta yang terdaftar. Seluruh kelompok berhasil membuat akun pemasaran digital dan menghasilkan konten promosi sederhana yang siap dipublikasikan. Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya visual produk, penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, serta strategi penyampaian informasi produk kepada konsumen.



Gambar 3 Praktik Pembuatan Konten Pemasaran Digital

Pelatihan ini memberikan manfaat dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, khususnya pada aspek pemasaran. Peserta tidak hanya memahami proses

menghasilkan produk yang bernilai ekonomi, tetapi juga memperoleh keterampilan untuk memasarkan produk tersebut secara lebih efektif. Kemampuan membuat foto produk yang menarik, menyusun deskripsi produk yang informatif, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi menjadi bekal penting dalam mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif. Kegiatan ini juga mendukung pengembangan usaha berbasis pemanfaatan limbah tekstil. Produk *scrunchie* yang sebelumnya hanya memiliki nilai sebagai hasil kreativitas kini memiliki peluang yang lebih besar untuk dipasarkan kepada konsumen melalui platform digital. Dengan demikian, pemasaran digital dapat menjadi sarana yang efektif dalam meningkatkan daya saing produk sekaligus memperluas peluang usaha bagi mahasiswa.

KESIMPULAN

Pelatihan pemasaran digital produk *scrunchie* berbahan limbah kain perca telah dilaksanakan dengan melibatkan 44 anggota UKM Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Asahan yang terdiri atas mahasiswa Program Studi Manajemen dan Program Studi Akuntansi. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, demonstrasi, praktik, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh peserta mampu mengikuti pelatihan dengan baik serta berhasil membuat akun pemasaran digital, menyusun deskripsi produk, dan menghasilkan konten promosi sederhana untuk produk *scrunchie*. Pelatihan ini meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produk. Selain mendukung pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, kegiatan ini juga memperluas peluang pemasaran produk *scrunchie* berbahan limbah kain perca sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai usaha kreatif yang berkelanjutan.

Saran

Kegiatan pelatihan pemasaran digital ini perlu ditindaklanjuti melalui program pendampingan yang berkelanjutan agar peserta dapat menerapkan keterampilan yang telah diperoleh secara konsisten dalam kegiatan usaha. Pendampingan dapat difokuskan pada optimalisasi penggunaan media sosial dan *marketplace*, pengembangan strategi branding, serta evaluasi kinerja pemasaran digital produk yang dihasilkan. Selain itu, UKM Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Asahan diharapkan dapat membentuk tim pemasaran digital yang bertugas mengelola promosi dan penjualan produk secara kolektif. Pada kegiatan pengabdian selanjutnya, materi pelatihan dapat diperluas pada pengelolaan *marketplace*, pemasaran berbasis iklan digital (digital advertising), serta pengelolaan keuangan usaha agar peserta memiliki kompetensi yang lebih komprehensif dalam mengembangkan usaha kreatif berbasis pemanfaatan limbah kain perca.

REFERENSI

- Herwinda, Y., Savitri, P., Novita, Y., & Darni, D. (2026). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan pada Mahasiswa di Era Digital. *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1818–1833.
- Hestianah, S., Muhammad, A. N., & Murtadho, M. K. (2025). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Brand awareness dan Kontribusi pada SDGs. *El-Idaarah: Jurnal Manajemen*, 05(01), 12–20.
- Istiqomah, M. (2024). Pemanfaatan Limbah Kain Perca Menjadi Nilai Jual Ekonomis: Pembuatan Scrunchie. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3),

151–157. <https://doi.org/10.37253/se.v2i3.9197>

- Maria, S., Rahmawaty, A., & Setiawan, E. (2026). Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 22531–22542. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5852>
- Salma, D., Jannah, D. K., Chusna, F., Nurlaila, F., Fitrotunningsih, F., Amalya, H., Romadon, J., Azizah, M., Arwani, N., Riyanti, S., & Hawari, W. A. (2025). Pemanfaatan Limbah Kain Perca Melalui Pelatihan Pembuatan Aksesoris Untuk Meningkatkan Keterampilan dan Ekonomi Masyarakat di Desa Paledah, Kecamatan Padaherang, Pangandaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(7), 3508–3515. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i7.3073>
- Sirait, E., Siregar, S. E., Kasrim, K., Tammubua, M. H., & Sekamdo, M. A. (2025). Analisis Media Sosial Dan Marketplace Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 4312–4324. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1844>
- Supriadi, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shop Scrunchie Mini. *Central Publisher*, 2(11), 2048–2054. <https://doi.org/10.60145/jcp.v2i11.553>
- Wardana, F. P., & Mukharomah, W. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan E-Commerce terhadap Performance Marketing dan Keberlanjutan Bisnis Pada Usaha Oleh-Oleh Khas Kota Solo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(2), 371–379. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.558>