



Pelatihan Pemasaran dan TKDN Produk bagi IMKM Batik Kayu Kreet Binaan PLUT-KUMKM DIY

*Noor Fitrihana, Nova Suparmanto, Grahita Prisca Brilianti

*Bachelor of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, Universitas Negeri Yogyakarta.
Karangmalang Yogyakarta, Indonesia. Postal code: 55281

*Corresponding Author e-mail: noor_fitrihana@uny.ac.id

Received: Juni 2024; Revised: Juni 2024; Published: September 2024

Abstrak: Salah satu IMKM yang berada di wilayah Yogyakarta adalah Sentra Kerajinan Batik Kayu Kreet. Dalam menjalankan bisnis usahanya, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi mengenai pemasaran melalui digital dan kurangnya pemahaman mengenai Tingkat Kandungan Dalam Negeri (TKDN) produk dalam pengadaan barang/ jasa, Sehingga kegiatan PkM yang dilakukan yaitu Pelatihan Pemasaran dan TKDN Produk dengan tujuan yaitu memberikan tambahan wawasan kepada para pelaku IMKM Batik Kayu Kreet tentang konsep digital marketing untuk memasarkan produk yang lebih luas, melatih dan mensimulasikan penggunaan media digital Sibakul Jogja. Selain itu juga memberikan pengetahuan dan keterampilan untuk memahami konsep, prosedur, manfaat penerapan, dan perhitungan TKDN di sektor industri kecil. Tahapan pelaksanaan meliputi: Persiapan, Pengkajian, Pelaksanaan, Evaluasi, Penyusunan Laporan dan Publikasi. Kegiatan pengabdian diikuti oleh 38 peserta yang merupakan IMKM atau sanggar-sanggar yang berada di Kreet binaan PLUT-KUMKM DIY. Kegiatan berhasil terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan awal berdasarkan indikator keberhasilan dari segi teori (pengetahuan) dan keterampilan yang dinilai melalui peningkatan persentase pemahaman pada hasil *pre-test* dan *post test* serta evaluasi kegiatan yang diisi oleh peserta. Semua pertanyaan mengalami peningkatan persentase untuk indikator "Sangat Memahami" dan "Memahami" setelah *post-test*, sebaliknya terjadi penurunan persentase untuk indikator "Sangat Tidak Memahami" dan "Tidak Memahami" untuk semua pertanyaan. Dapat disimpulkan bahwa ada dampak yang signifikan dirasakan oleh peserta dari segi pengetahuan dan keterampilan dengan tingkat keberhasilan tinggi mencapai 100%. Secara keseluruhan kegiatan tingkat kepuasan peserta tinggi (Sangat Puas 18,9%, Puas 75,7%, dan Tidak Puas 5,4%).

Kata Kunci: IMKM Kreet; Pemasaran Digital; PLUT-KUMKM DIY; Sibakul Jogja; TKDN Produk

Marketing and TKDN Product Training for the Batik Wood SMEs of Kreet Assisted by PLUT-KUMKM DIY

Abstract: One of the MSMEs in the Yogyakarta area is the Kreet Wooden Batik Craft Center. In conducting its business, there are still several obstacles faced regarding digital marketing and a lack of understanding about the Domestic Content Level (TKDN) in the procurement of goods/services. Therefore, the Community Service Program (PkM) conducted was Marketing and TKDN Product Training with the aim of providing additional insights to the MSME Kreet actors about the concept of digital marketing to market products more broadly, training, and simulating the use of the Sibakul Jogja. Additionally, the program provided knowledge and skills to understand the concept, procedures, benefits of implementation, and calculation of TKDN in the small industry sector. The implementation stages included: Preparation, Assessment, Implementation, Evaluation, Report Preparation, and Publication. The community service activity was attended by 38 participants from MSMEs or workshops in Kreet guided by PLUT-KUMKM DIY. The activity was successfully carried out in accordance with the initial objectives, based on success indicators in terms of theory (knowledge) and skills, as assessed through the increase in understanding percentages from *pre-test* and *post-test* results, and activity evaluations filled out by the participants. All questions showed an increase in the percentage of the "Very Understanding" and "Understanding" indicators after the *post-test*, while there was a decrease in the percentage for the "Very Not Understanding" and "Not Understanding" indicators for all questions. It can be concluded that there was a significant impact felt by the participants in terms of knowledge and skills, with a high success rate reaching 100%. Overall, the activity had a high level of participant satisfaction (Very Satisfied 18.9%, Satisfied 75.7%, and Not Satisfied 5.4%).

Keywords: IMKM Kreet; Marketing; PLUT-KUMKM DIY; Sibakul; TKDN Product

How to Cite: Fitrihana, N., Suparmanto, N., & Brilliantti, G. P. (2024). Pelatihan Pemasaran dan TKDN Produk bagi IMKM Batik Kayu Krebet Binaan PLUT-KUMKM DIY. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 422–432. <https://doi.org/10.36312/linov.v9i3.1967>



<https://doi.org/10.36312/linov.v9i3.1967>

Copyright© 2024, Fitrihana et al

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) License.



PENDAHULUAN

Industri Mikro Kecil dan Menengah (IMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu, kelompok atau badan usaha. IMKM di Indonesia berkembang pesat dan memberikan kontribusi terbesar bagi perekonomian suatu negara. Salah satunya adalah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Jumlah IMKM/ UMKM di wilayah DIY mencapai 342.586 orang (Bappeda DIY, 2024). IMKM dinilai tahan terhadap gejolak krisis yang terjadi di dilihat dari Produk Domestik Bruto (PDB) serta penggunaan tenaga kerjanya (Limanseto, 2022).

Salah satu IMKM yang berada di wilayah Yogyakarta adalah Sentra Kerajinan Batik Kayu Krebet, tepatnya berlokasi di Desa Wisata Krebet, Sendangsari, Pajangan, Kabupaten Bantul. Jika biasanya batik menggunakan kain sebagai medianya, Krebet menawarkan batik dengan media kayu (Gambar 1). Selama ini, batik kayu lebih dikenal sebagai karya seni yang kaya akan unsur keindahan antara seni kerajinan kayu dan seni batik (Nur, 2023; Sukaya et al., 2018).



Gambar 1. Produk Kerajinan Batik Kayu Desa Krebet

Sejak dirintis sekitar tahun 1990-an, saat ini terdapat lebih dari 40 sanggar kerajinan batik kayu yang bertahan. Sanggar-sanggar tersebut antara lain sanggar yang menyiapkan produk kayu saja, pewarnaan batik kayu saja, dan membuat produk batik kayu dari awal hingga akhir (Nur, 2023). Produknya dibagi menjadi beberapa kelompok. Kelompok pertama yaitu dekorasi rumah (topeng, wayang klithik, patung, tempat lilin). Kelompok kedua adalah perlengkapan dapur (tempat tisu, tempat buah, tempat sendok, gelas, nampan, dan tatakan gelas). Kelompok ketiga yaitu alas kaki dan aksesoris (sandal, gelang, sirkam rambut, dan cermin). Kelompok keempat adalah permainan, contohnya dakon. Kelompok kelima adalah perlengkapan alat tulis.

Dalam menjalankan bisnis usahanya, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi di IMKM Batik Kayu Krebet. Diantaranya adalah keterbatasan kemampuan dan keterampilan terkait dunia pemasaran digital dan kurangnya pemahaman mengenai TKDN dalam pengadaan barang/ jasa, sesuai Instruksi Presiden RI No. 2 Tahun 2022. *Digital marketing* merupakan kebutuhan yang *urgent* untuk menjawab perubahan pasar (Erwin, et al., 2023). Fokus pelatihan pemasaran menggunakan platform Sibakul Jogja yang merupakan program Pemerintah Daerah DIY melalui

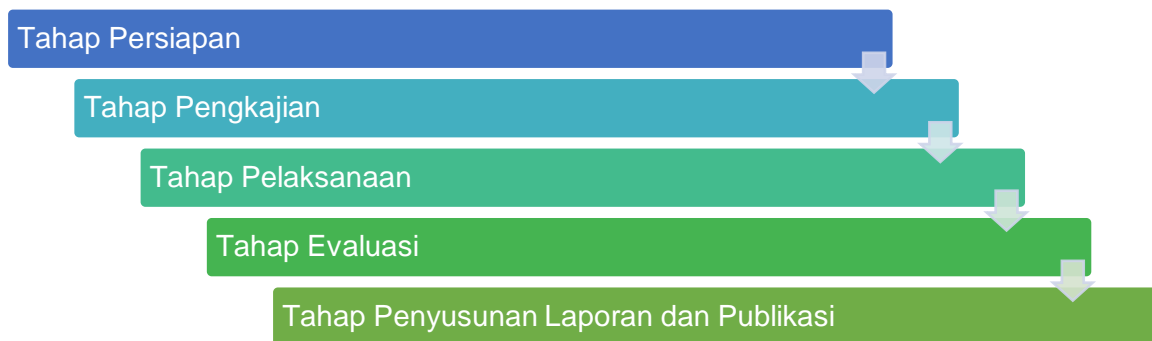
Dinas KUMKM DIY. Salah satu fiturnya adalah MarketHub, dimana memberikan akses pasar online sehingga produk dan layanan dapat dijangkau oleh konsumen dari seluruh Indonesia dengan penambahan fasilitas gratis ongkir.

Kegiatan pelatihan terkait TKDN produk bagi industri kecil saat ini masih belum banyak dan terbatas kepada penelitian kebijakan (Devanty et al., 2018; Masrianto dan Nurmasari, 2021; Zakaria et al., 2023.) Padahal pemahaman mengenai TKDN juga diperlukan sebagai pelaku UMKM. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa peraturan pemerintah yang telah diterbitkan yang berkaitan dengan peningkatan penggunaan produksi dalam negeri, sehingga mampu bersaing, dan mengurangi ketergantungan terhadap produk luar negeri melalui pengoptimalan belanja pemerintah.

Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan antara lain: 1) Memberikan tambahan wawasan tentang konsep digital marketing untuk memasarkan produk yang lebih luas sehingga penjualan bisa meningkat, 2) Melatih dan mensimulasikan penggunaan Sibakul Jogja dalam pemasaran produk, 3) Memberikan pengetahuan dan keterampilan untuk memahami konsep, prosedur, manfaat penerapan, dan perhitungan TKDN di sektor industri.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilakukan tim dosen dan mahasiswa Program Studi Teknik Industri FT UNY. Tahapan yang dilakukan merupakan tahapan yang dilakukan dalam kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat untuk Digital Marketing (Permatsari et al., 2024; Rahmadieni & Wahyuni, 2023; Susanti, 2020; Alfina et al., 2020; Wijoyo et al., 2020; Widiawati et al., 2019). Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan yaitu 5 tahapan seperti pada Gambar 2. berikut.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan

Berikut penjabaran dari tahapan yang dilakukan.

1. Tahap Persiapan
 - a. Kegiatan Observasi dan Perizinan
Persiapan diawali melakukan interview dengan ketua konsultan PLUT KUMKM DIY sebagai koordinator UMKM di wilayah Yogyakarta. Hasil interview tersebut membuat tim pengusul menemukan sasaran yang akan dijadikan lokasi kegiatan dan permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut. Selanjutnya, terlebih dahulu pengajuan surat permohonan izin untuk bisa dilakukan kegiatan pengabdian di lokasi tersebut.
 - b. Penyusunan RAB dan Proposal
Rencana Anggaran dan Belanja dipersiapkan dalam hal pembelian belanja bahan dan beberapa peralatan. Proposal kegiatan PkM diajukan pada tanggal

19 Januari – 09 Februari 2024 dan setelah melalui proses review disetujui pada tanggal 28 Februari 2024.

2. Tahap Pengkajian

Tim pengusul mengkaji beberapa permasalahan yang telah disampaikan oleh PLUT KUMKM DIY sebelumnya dan berdiskusi untuk merumuskan beberapa solusi berupa kegiatan agar permasalahan yang dihadapi bisa teratasi. Serta mengkaji tata cara terkait TKDN yang diatur dalam Buku Saku Panduan Penggunaan Produk Dalam Negeri (Kementerian Perindustrian, 2022).

3. Tahap Pelaksanaan Pengabdian

Tahap ini terdiri pemberian edukasi materi yang disiapkan tim pengusul dan dilanjutkan dengan terjun langsung mempraktikkan pemanfaatan marketplace dan simulasi perhitungan TKDN.

4. Tahap Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Pada akhir program tim pengusul mengevaluasi capaian kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan melalui *post-test*. Sehingga dapat diketahui seberapa besar manfaat yang diperoleh peserta terhadap pelatihan yang telah diberikan dan menjadi *feedback* bagi pengusul untuk pelaksanaan kegiatan berikutnya. Analisis data dilakukan secara deskriptif berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*.

5. Tahap Penyusunan Laporan dan Publikasi

Penyusunan laporan kegiatan PkM sebagai bukti pertanggungjawaban program pengabdian. Publikasi kegiatan PkM dalam jurnal ilmiah yang bertujuan untuk menambah referensi ilmiah yang terkait dengan pelaksanaan PkM.

Kriteria keberhasilan pelatihan dilihat dari dua segi yaitu segi teori (pengetahuan) dan segi keterampilan. Tingkat keberhasilannya ditinjau dari adanya peningkatan peserta pelatihan yang diukur melalui instrumen *pre-test* dan *post test* seperti terlihat pada Tabel 1. Data kemudian dianalisis secara deskriptif berdasarkan isian jurnal kegiatan oleh 38 peserta yang dilibatkan dalam kegiatan ini.

Tabel 1. Instrumen *Pre-Test* dan *Post-Test*

No.	Pertanyaan
Materi Pemasaran	
1	Apakah Anda memahami konsep <i>digital marketing</i> ?
2	Apakah Anda memahami tentang platform Sibakul Jogja?
3	Apakah Anda memahami fitur-fitur utama di platform Sibakul Jogja untuk mengoptimalkan bisnis Anda?
Materi TKDN	
1	Apakah Anda memahami tentang kebijakan Produk Dalam Negeri (PDN) dan Peningkatan Penggunaan Produksi Dalam Negeri (P3DN)?
2	Apakah Anda memiliki pemahaman tentang konsep TKDN?
3	Apakah TKDN saat ini penting dalam konteks industri atau usaha Anda?
4	Apakah Anda memahami program TKDN Industri Kecil (IK) melalui SIINAS?
5	Apakah Anda memahami penghitungan dan pengurusan TKDN-IK?

Selain itu, setelah pelatihan selesai akan diketahui seberapa besar manfaat yang diperoleh dan harapan peserta terhadap pelatihan yang telah diberikan. Hal tersebut dapat diketahui dengan menggunakan instrumen seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Instrumen Evaluasi Respon Peserta Terhadap Kegiatan

No.	Aspek Materi Pelatihan
1	Seberapa jelas materi pelatihan pemasaran dan TKDN yang disampaikan?
2	Sejauh mana Anda puas dengan materi pelatihan yang disampaikan?
3	Apakah materi pelatihan mencakup aspek-aspek yang relevan dan berguna terkait pemasaran dan TKDN?
Aspek Fasilitator	
1	Bagaimana kefasihan dan kejelasan fasilitator dalam menyampaikan materi?
2	Seberapa efektif fasilitator dalam menyampaikan materi dan memfasilitasi kegiatan pelatihan pemahaman pemasaran dan TKDN?
3	Apakah fasilitator responsif terhadap pertanyaan dan kebutuhan peserta?
Aspek Fasilitas dan Kelengkapan Pelatihan	
1	Sejauh mana Anda puas dengan fasilitas dan kelengkapan yang disediakan?
2	Bagaimana kualitas perlengkapan yang digunakan selama pelatihan?
Aspek Umpan Balik dan Rekomendasi	
1	Secara keseluruhan, seberapa puas Anda dengan pengalaman pelatihan ini?
2	Mohon saran atau masukan untuk meningkatkan kualitas kegiatan pelatihan?

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pelatihan dalam PkM ini berlangsung pada tanggal 23-25 Mei 2024 berlokasi di Sanggar Punokawan, Kreet. Beberapa tahapan kegiatan PkM yang telah dilakukan dijabarkan pada pembahasan berikut.

Tahap Persiapan dan Pengkajian

Tahap persiapan atau perencanaan merupakan tahap awal dalam pelaksanaan kegiatan PkM, berupa perencanaan program dan bahan materi. Perencanaan program melibatkan mitra dan juga identifikasi kebutuhan calon peserta. Tahapan persiapan maupun pengkajian dilakukan beberapa kali melalui Zoom (Gambar 3).



Gambar 3. Koordinasi Persiapan dengan PLUT KUMKM DIY via Zoom

Tahap Pelaksanaan/ Implementasi

Pada pelatihan pemasaran yang dilakukan yaitu ditekankan menggunakan Sibakul Jogja oleh Kak Wahyu (Ketua Konsultan PLUT DIY). Dilanjutkan dengan demonstrasi yaitu mempraktekkan cara penggunaan dan pendaftaran, selanjutnya

peserta mempraktekkan berdasarkan materi-materi yang telah diperoleh baik secara presentasi dan demonstrasi (Gambar 4). Bahan yang digunakan peserta saat praktek yaitu menggunakan website resmi Sibakul Jogja (<https://sibakuljogja.jogjapro.go.id/>) dan website resmi TKDN (<https://tkdn.kemenperin.go.id/>).



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran bersama PLUT DIY

Pada pelatihan sesi selanjutnya berfokus pada pengenalan konsep, prosedur, dan persyaratan TKDN Produk yang diisi oleh Tim PKM UNY (Gambar 5). Setelah pelatihan ini diharapkan peserta bisa melanjutkan untuk proses Sibakul Jogja dan sertifikasi TKDN dengan pendampingan tahap selanjutnya.

Peserta diarahkan untuk bekerjasama dan mengikuti program-program yang diadakan dengan PLUT KUMKM DIY maupun dinas terkait, seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, baik di tingkat kabupaten maupun provinsi.



Gambar 5. Pelaksanaan Pelatihan TKDN Produk oleh Tim PKM



Gambar 6. Foto-foto Kegiatan Evaluasi

Tahap Evaluasi

Setelah dilakukan pelatihan, maka pada tahap evaluasi dilakukan pengukuran capaian kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan (Gambar 6). Evaluasi pada tahap teori dilakukan dengan model tanya jawab dengan peserta pelatihan

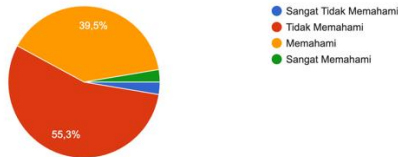
berdasarkan informasi dan pengetahuan yang didapatkan pada saat pelatihan. Kriteria keberhasilan pelatihan dilihat dari dua segi yaitu segi teori (pengetahuan) dan segi keterampilan yaitu adanya peningkatan berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* yang diisi peserta. Hasil rekap *pre-test* yang diisi oleh 38 peserta dan *post-test* yang diisi 37 peserta, selanjutnya ditampilkan pada Tabel 3. berikut.

Tabel 3. Hasil Rekap Pre-Test dan Post-Test

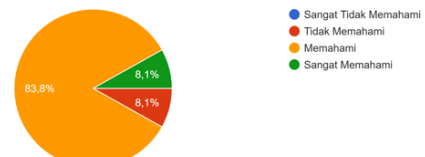
No.	Materi	Indikator	Pre-Test	Post-Test
1.	Materi Pemasaran			
	Pertanyaan 1	Sangat Tidak Memahami	2,6%	0%
		Tidak Memahami	55,5%	8,1%
		Memahami	39,5%	83,8%
		Sangat Memahami	2,6%	8,1%
	Pertanyaan 2	Sangat Tidak Memahami	2,6%	0%
		Tidak Memahami	63,2%	10,8%
		Memahami	34,2%	86,5%
		Sangat Memahami	0%	2,7%
	Pertanyaan 3	Tidak Memahami	65,8%	21,6%
		Memahami	34,2%	73%
		Sangat Memahami	0%	5,4%
2.	Materi TKDN			
	Pertanyaan 1	Sangat Tidak Memahami	5,3%	0%
		Tidak Memahami	68,4%	27%
		Memahami	26,3%	70,3%
		Sangat Memahami	0%	2,7%
	Pertanyaan 2	Tidak Memahami	76,3%	27%
		Memahami	23,7%	70,3%
		Sangat Memahami	0%	2,7%
	Pertanyaan 4	Tidak Memahami	81,6%	21,6%
		Memahami	18,4%	75,7%
		Sangat Memahami	0%	2,7%
	Pertanyaan 5	Tidak Memahami	81,6%	35,1%
		Memahami	18,4%	59,5%
		Sangat Memahami	0%	5,4%

Berdasarkan Tabel 3., secara garis besar terdapat peningkatan persentase pemahaman untuk konsep pemasaran maupun konsep TKDN. Hal ini dapat dilihat bahwa semua pertanyaan pada saat *pre-test* mengalami peningkatan persentase untuk indikator “Sangat Memahami” dan “Memahami” setelah *post-test*, sebaliknya bahwa terjadi penurunan persentase untuk indikator “Sangat Tidak Memahami” dan “Tidak Memahami” untuk semua pertanyaan. Pada pertanyaan TKDN ke-3, peserta menyatakan bahwa TKDN saat ini “Penting” (83,8%) dan “Sangat Penting” (16,2%) dalam konteks industri. Dapat disimpulkan bahwa ada dampak yang signifikan dirasakan oleh peserta dari segi pengetahuan dan keterampilan dengan tingkat keberhasilan tinggi mencapai 100%, digambarkan dengan diagram pada Gambar 7. untuk Materi Pemasaran dan Materi TKDN pada Gambar 8.

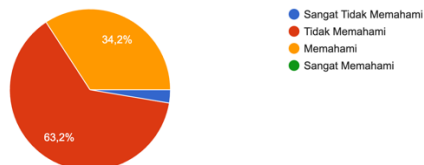
Apakah Anda memahami konsep digital marketing?
38 jawaban



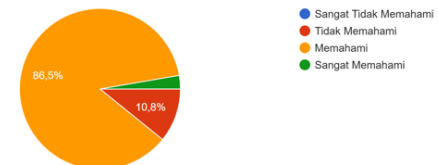
Apakah Anda memahami konsep digital marketing?
37 jawaban



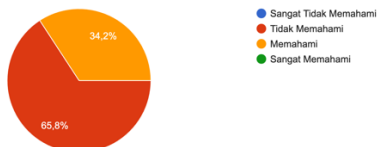
Apakah Anda memahami tentang platform Sibakul Jogja?
38 jawaban



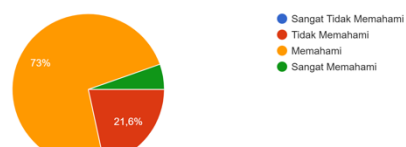
Apakah Anda memahami tentang platform Sibakul Jogja?
37 jawaban



Apakah Anda memahami fitur-fitur utama di platform Sibakul Jogja untuk mengoptimalkan bisnis Anda?
38 jawaban

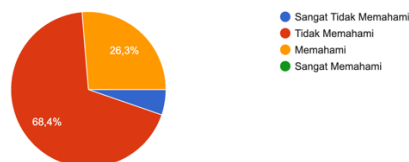


Apakah Anda memahami fitur-fitur utama di platform Sibakul Jogja untuk mengoptimalkan bisnis Anda?
37 jawaban

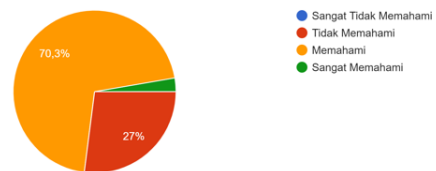


Gambar 7. Grafik Rekap Pre Test dan Post Test Materi Pemasaran Digital

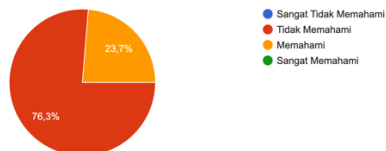
Apakah Anda memahami tentang kebijakan Produk Dalam Negeri (PDN) dan Peningkatan Penggunaan Produksi Dalam Negeri (P3DN)?
38 jawaban



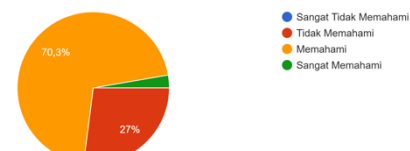
Apakah Anda memahami tentang kebijakan Produk Dalam Negeri (PDN) dan Peningkatan Penggunaan Produksi Dalam Negeri (P3DN)?
37 jawaban



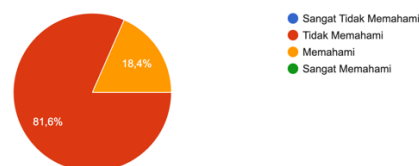
Apakah Anda memiliki pemahaman tentang konsep TKDN (Tingkat Kandungan Dalam Negeri) ?
38 jawaban



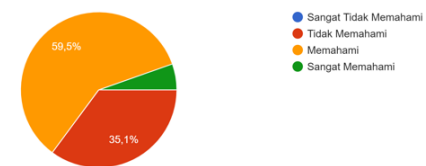
Apakah Anda memiliki pemahaman tentang konsep TKDN (Tingkat Kandungan Dalam Negeri) ?
37 jawaban



Apakah Anda memahami penghitungan dan pengurusan sertifikasi TKDN-IK?
38 jawaban



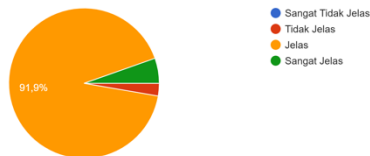
Apakah Anda memahami penghitungan dan pengurusan sertifikasi TKDN-IK?
37 jawaban



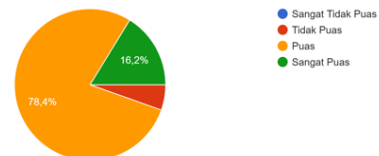
Gambar 8. Grafik Rekap Hasil Pre Test dan Post Test Materi TKDN

Selanjutnya hasil evaluasi terhadap kegiatan pelatihan pemasaran dan TKDN untuk 4 aspek yaitu Aspek Materi Pelatihan, Fasilitas, Fasilitas dan Kelengkapan Pelatihan, Umpan Balik dan Rekomendasi, dapat terlihat pada Gambar 9. berikut.

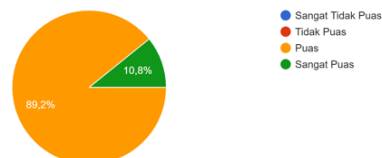
Seberapa jelas materi pelatihan pemasaran dan TKDN yang disampaikan?
37 jawaban



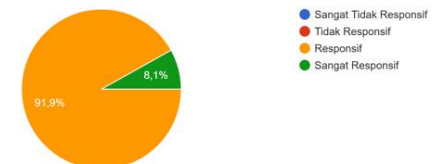
Sejauh mana Anda puas dengan materi pelatihan yang disampaikan?
37 jawaban



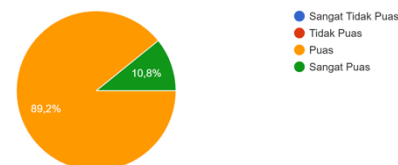
Bagaimana penilaian Anda terhadap kefasihan dan kejelasan fasilitator dalam menyampaikan materi?
37 jawaban



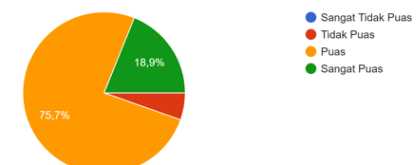
Apakah fasilitator responsif terhadap pertanyaan dan kebutuhan peserta?
37 jawaban



Sejauh mana Anda puas dengan fasilitas dan kelengkapan yang disediakan selama pelatihan?
37 jawaban



Secara keseluruhan, seberapa puas Anda dengan pengalaman pelatihan ini?
37 jawaban



Gambar 9. Grafik Rekap Kuesioner Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan grafik pada Gambar 9., hasil evaluasi untuk aspek materi pelatihan menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan pemasaran dan TKDN yang dilakukan memiliki kualitas yang baik dalam hal kejelasan dan relevansi materi. Sebagian besar peserta merasa puas (Puas 78,4%, Sangat Puas 16,2%, dan Tidak Puas 5,4%) dengan materi yang disampaikan, baik dari segi kejelasan maupun relevansi terkait pemasaran dan TKDN. Ini merupakan indikasi positif bahwa pelatihan tersebut efektif dan berhasil dalam mencapai tujuannya.

Penilaian dari segi aspek fasilitator diperoleh hasil bahwa peserta menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi (Puas 89,2% dan Sangat Puas 10,8%) terhadap kinerja fasilitator, baik dalam hal kefasihan dan kejelasan maupun dalam hal responsivitas, fasilitator menerima umpan balik yang sepenuhnya positif. Persentase tinggi untuk penilaian "Responsif" 91,9% dan "Sangat Responsif" 8,1%, menunjukkan bahwa fasilitator melampaui ekspektasi peserta dalam menyampaikan materi dan menangani kebutuhan mereka. Penilaian aspek fasilitas dan kelengkapan pelatihan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi baik (Puas 89,2% dan Sangat Puas 10,8%) dalam hal kualitas bahan dan perlengkapan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Pemasaran dan TKDN Produk untuk UMKM Batik Kayu Krebet dapat disimpulkan berhasil terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan awal. Hal tersebut berdasarkan indikator keberhasilan dari segi teori (pengetahuan) dan keterampilan yang dinilai melalui peningkatan persentase pada hasil *pre-test* dan *post-test* yang diisi oleh peserta. Semua pertanyaan mengalami peningkatan persentase untuk indikator "Sangat Memahami" dan "Memahami" saat *post-test*, sebaliknya terjadi penurunan persentase untuk indikator "Sangat Tidak Memahami" dan "Tidak Memahami" untuk semua pertanyaan. Tidak adanya tanggapan negatif mengindikasikan bahwa semua indikator dalam aspek yang dinilai memenuhi atau melebihi harapan peserta. Persentase tinggi untuk penilaian "Puas" menunjukkan

bahwa penyelenggaraan pelatihan pemasaran dan TKDN dilakukan dengan baik dan memuaskan bagi peserta. Penilaian dari aspek umpan balik dan rekomendasi secara keseluruhan peserta merasa “Puas” dengan kegiatan pelatihan yang diadakan (Sangat Puas 18,9%, Puas 75,7%, dan Tidak Puas 5,4%).

REKOMENDASI

Peserta berharap kegiatan pelatihan ini dapat diadakan secara berkesinambungan agar menambah wawasan. Menyediakan materi dalam bentuk *hardfile*, karena tidak semua peserta mampu menggunakan media elektronik.

ACKNOWLEDGMENT

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Penugasan FT UNY. Pendanaan kegiatan berasal dari Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada PLUT-KUKM DIY sebagai mitra dan pihak-pihak yang membantu pelaksanaan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, A., Khoirina, M. M., & Nastiti, T. A. (2020). Pelatihan Digital Marketing bagi Entrepreneur di Kota Gresik. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 797–804.
- Bappeda DIY. (2021). Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor. <https://bappeda.jogjapro.go.id/>. Diakses pada tanggal 8 Februari 2024.
- Devanty, A., Hamzah, M.Z., & Sofilda, E., (2018). Analisis Dampak Regulasi Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) Terhadap Industri Pada Sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia. *Seminar Nasional Cendekiawan ke 4*. ISSN (E), 2540 – 7589.
- Erwin, Ardyana. E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., dkk. (2023). *Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. Jambi: SonPedia Publishing.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125.
- Instruksi Presiden RI No. 2 Tahun 2022. Percepatan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri dan Produk Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Koperasi dalam Rangka Menyukseskan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia pada Pelaksanaan Pengadaan Barang/ Jasa Pemerintah.
- Kementerian Perindustrian. (2022). Buku Saku Panduan Penggunaan Produk Dalam Negeri.
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. [Online] <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>. Diakses pada 5 Juli 2024.
- Masrianto dan Nurmasari. (2021). Analisis Pelaksanaan Pembinaan Industri Kecil oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *PUBLIKA : Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 7(1), 103-109.
- Nur, C. (2023). Pengembangan Produk Kerajinan Batik Kayu Desa Krebet Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal ABDINUS*, 7(3), 768-777.
- Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2022. Ketentuan dan Tata Cara Penghitungan Nilai Tingkat Komponen Dalam Negeri untuk Industri Kecil.

- Permatsari, N. T., Adha, R., Anwar, S., (2024). Pelatihan Pemasaran Digital Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(5), 298-301.
- Rahmadieni, R. Y., & Wahyuni, E. I. (2023). Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Pada UMKM di Desa Bulusulur. *Jurnal Al Basirah*, 2(1), 17-26.
- Sukaya, Y., Eskak, E., & Salma, I. I. R. (2018). Penambahan Nilai Guna Pada Kreasi Baru Produk Boneka Batik Kayu Krebet Bantul. *Dinamika Kerajinan dan Batik: Majalah Ilmiah*, 35(1), 15-24.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM di Jatinangor, *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.
- Widiawati, A. M., Pratiwi, A. A., & Bimandra, G. (2019). Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147–157.
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-ITH Abdimas*, 3(3), 169–175.
- Zakaria, A.H., Firdaus, F., Arifin, K. F., Munawar, M., Gunawan, A. (2023). Pengaruh Penerapan Kebijakan TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) Terhadap Daya Saing Produk Keramik. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 6(1), 318-323.