

PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN MELALUI KETERAMPILAN MEMBUAT HIJAB KREASI DI KELURAHAN LAKARSANTRI, KECAMATAN LAKARSANTRI, SURABAYA

Soelistyowati, Melania Rahadiyanti, Fabio Ricardo Toreh
Universitas Ciputra Surabaya

Abstrak: Pemberdayaan masyarakat sebagai suatu paradigma baru pembangunan, seperti adanya kecenderungan berpikir bahwa dimensi rasional dari pembangunan lebih penting dari pada dimensi moral, dimensi ekonomi lebih penting dari pada dimensi sosial. Seperti ini akan mengakibatkan semakin tertinggalnya lapisan masyarakat bawah, salah satunya adalah melalui keterampilan menjahit, saat ini kebutuhan akan fesyen tidak terbatas. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari warga setempat di Kelurahan Lakarsantri, terhentinya kegiatan menjahit disebabkan karena wabah pandemi, selain itu sebagian besar ibu-ibu tersebut mengerjakan produk dengan model yang sama sehingga kurang kreasi dan kurang memiliki nilai jual. Potensi untuk menghasilkan sejumlah tambahan pendapatan sangat besar. Berdasarkan problem tersebut, diperlukan pengembangan ide kreativitas. Kegiatan produksi hijab kelompok ini adalah KUBE Liya Collection tidak lagi sekadar menjahit pakaian, tetapi diarahkan pada produksi hijab kreasi dengan hiasan payet. Metode yang digunakan ialah metode ceramah, demonstrasi dan praktik, pemasaran produk fesyen, branding bisnis dan praktik pola dan menjahit hijab. Mayoritas warga Kelurahan Lakarsantri perempuan menggunakan hijab, tidak hanya ibu-ibu saja tetapi juga sejumlah anak-anak kecil telah menggunakan hijab. Hal tersebut menjadi peluang usaha kelompok PKK wilayah Lakarsantri, pengembangan keterampilan menjahit, dan inovasi produk hijab, yang akhirnya dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di sekitar secara merata.

Kata kunci: hijab teknik payet, produk fesyen, branding bisnis

PENDAHULUAN

Keterampilan adalah salah satu faktor yang mendapat perhatian dalam melaksanakan pemberdayaan. Dengan keterampilan, sumber daya manusia yang tercipta adalah sumber daya yang berkualitas. Selain itu, keterampilan bukan hanya sebagai faktor pendukung keberhasilan pencapaian tujuan pemberdayaan, tetapi juga merupakan kebutuhan manusia dalam hal pembentukan manusia yang berkualitas. Program ini dilakukan dalam bentuk pelatihan kewirausahaan kepada ibu-ibu dan generasi muda melalui kelompok PKK dan karangtaruna dalam binaan Kelompok

Usaha Bersama yang beranggotakan 10 ibu-ibu, bernama KUBE Liya Collection. Kegiatan pelatihan menjahit hijab menjadi salah satu program pengabdian kepada masyarakat Universitas Ciputra dalam naungan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Pelatihan kegiatan ini melibatkan program studi *Fesyen Product Design and Business* yang berkolaborasi dengan program studi Interior dan Arsitektur, memprogramkan kegiatan pelatihan keterampilan menjahit dalam rangka mengoptimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) di wilayah tersebut dengan cara memproduksi hijab kreasi dengan teknik payet yang dapat dijual ke sebagian

*Corresponding Author.
e-mail: soelistyowati@ciputra.ac.id

besar warga tersebut. Pelatihan meliputi pemasaran produk *fesyen*, *branding*, dan menjahit dengan memproduksi hijab merupakan salah satu bentuk transfer pengetahuan secara non-formal sebagai upaya meningkatkan inovasi dan kreativitas warga dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

Situasi permasalahan aspek produksi ini adalah sebagai berikut.

1. Pemasaran produk *fesyen* masih dengan metode lama dan kurang kreatif.
2. Ide pada *branding* bisnis masih menggunakan cara yang ala kadarnya sehingga produk kurang menarik.
3. Cara memotong bahan dan menjahit hijab kurang kreatif dan produk terbatas model yang sama.

Masalah pada aspek produksi berdampak pada beberapa hal berikut.

1. Cara pemasaran produk *fesyen* masih dengan metode lama dan kurang berkembang.
2. Kemasan logo/*branding* bisnis masih menggunakan cara yang ala kadarnya sehingga produk kurang menarik dan kurang laku di pasaran.
3. Membuat pola dan menjahit hijab kurang variatif sehingga kurangnya pilihan warna dengan produk terbatas model yang sama.

Tujuan pemberdayaan ialah masyarakat yang berdaya memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri. Maka pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses menuju keberdayaan atau proses untuk memperoleh daya, kekuatan atau kemampuan, dan proses pemberian daya, kekuatan atau kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada yang kurang berdaya,

tidak memiliki daya ataupun belum berdaya (Yoga, 2019). Usaha menjahit akan mendapatkan keuntungan tersendiri, baik dari segi ekonomis yaitu tidak perlu membeli pakaian jadi, cukup menjahit sendiri dengan bekal kemampuan yang dimiliki. Keuntungan atau manfaat menjahit pakaian sendiri atau perlengkapan rumah bisa dijadikan lahan bisnis rumahan yang menjanjikan (Mauida, 2019). Dengan membuka layanan menjahit hijab dan juga berbagai macam model pakaian dan perlengkapan rumah tangga, bisa mendatangkan pendapatan, dan dapat membantu ketidakberfungsian ekonomi masyarakat dan mencegah kemiskinan dan pengangguran, tentunya pelayanan hasil yang bagus serta tepat waktu menjadi poin tersendiri.

Solusi permasalahan yang ditawarkan antara lain: (1) pelatihan kewirausahaan *fesyen*; (2) pelatihan menjahit hijab; (3) pelatihan membuat pola dengan teknik *beading*; dan (4) pelatihan pemasaran digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini merupakan hasil Program Hibah Internal Pengabdian Masyarakat Universitas Ciputra Surabaya yang berlangsung selama kurang lebih empat bulan. Dengan menggunakan metode ceramah, metode demonstrasi, dan metode praktik (Hoerniasih, Danugiri, & Nurdiansyah, 2022), meliputi pemasaran produk *fesyen*, logo *branding*, dan praktik pola dan menjahit hijab teknik payet (*beading*).

Pelaksanaan awal pada bulan Maret 2023 sampai dengan awal Mei 2023. Tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan menjahit pada kelompok usaha bersama ibu-ibu di bawah naungan UMKM KUBE Liya Collection di wilayah Lakarsantri meliputi beberapa kegiatan sebagai berikut.

Analisis Lapangan

Kegiatan dilakukan dengan meninjau lokasi Kelurahan Lakarsantri yang berlangsung pada minggu ke dua, bulan Maret 2023. Tahapan ini merupakan persiapan awal guna memperoleh gambaran yang terkait dengan potensi yang dimiliki. Warga Lakarsantri memiliki potensi SDM, terutama ibu-ibu rumah tangga dan sejumlah generasi muda.

Persiapan Materi dan Koordinasi Tim

Berdasarkan hasil survei lokasi di Kecamatan Lakarsantri, maka tim pelaksana menyiapkan materi rancangan kegiatan yang mengarah pada pemberdayaan masyarakat. Masing-masing anggota tim juga telah memperoleh tugas dan tanggung jawab terkait pelaksanaan sejumlah kegiatan atau program kerja tim. Kegiatan ini berlangsung pada minggu kedua dan ketiga di bulan Maret–April 2023. Selanjutnya tim melakukan pemaparan sejumlah kegiatan anggota dan berlangsung pada minggu ketiga, bulan Maret 2023.

Pelatihan Kewirausahaan

Kegiatan berikutnya adalah pelatihan kewirausahaan kepada sejumlah ibu-ibu PKK dan generasi muda yang tergabung dalam anggota KUBE Liya Collection. Pelatihan kewirausahaan bisnis *fesyen* diberikan untuk memotivasi kembali kelompok ibu-ibu dan generasi muda yang memiliki potensi pada pengembangan ekonomi. Pelatihan kewirausahaan meliputi penyampaian materi jiwa kewirausahaan, ekonomi kreatif, dan pemasaran produk *fesyen* secara digital dan logo *branding*. Kegiatan ini berlangsung pada akhir bulan Maret, 2023. Pemateri pada pelatihan kewirausahaan adalah dosen pendamping Universitas Ciputra Surabaya.

Pelatihan Menjahit

Kegiatan pelatihan menjahit berlangsung dari awal Maret 2023 sampai dengan April 2023. Pelatihan menjahit diawali dengan materi dasar-dasar menjahit yang meliputi bahan dasar yang diperlukan dan lamanya proses penyelesaian jahitan dari setiap produk yang akan dibuat (Purnama & Radiona, 2021). Langkah berikutnya adalah penyampaian materi praktik menjahit hijab. Penyampaian materi praktik menjahit hijab diawali dengan pembentukan pola dasar hijab khimar, pemotongan bahan dasar berupa kain sampai pada proses menjahit. Pelatihan menjahit dilakukan dengan mendatangkan instruktur yang ahli dalam produksi. Pada akhir *finishing* menjahit teknik *beading* dengan menambahkan manik-manik dan hiasan brokat.

Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan sejak dari proses produksi hijab sampai dengan proses pemasaran *offline* maupun *online* terhadap produk tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Ibu Liya selaku pemilik sekaligus pendiri *online shop* KUBE Liya Collection Hijab dalam memasarkan produk-produknya yaitu dengan dua metode pemasaran berupa pendekatan pemasaran secara *offline* dan *online*. Pemasaran *offline* ialah suatu pekerjaan menjual atau memasarkan produk atau jasa yang dilakukan seluruhnya di dunia nyata dan tidak sedikitpun menggunakan media internet untuk sarana promosi. Artinya, pihak penjual jilbab menjual hijabnya langsung kepada pembeli atau dengan cara bertatap muka langsung, seperti berjualan jilbab



Gambar 1 Koleksi Hijab

Sumber: Liya Collection 2023 (Dokumentasi mitra)

di *event* tertentu. Sedangkan pemasaran *online* ialah segala sesuatu yang berhubungan dengan penjualan produk atau jasa dan itu semua dilakukan di internet dengan memanfaatkan sarana yang ada di internet itu sendiri, seperti *Sho-pee*, Lazada, TikTok, Facebook, *website*, blog Instagram dan WA bisnis, dan lain sebagainya (Alvionita, Suryono & Gama, 2022). Artinya pihak

penjual jilbab menjual jilbabnya tidak dengan cara langsung kepada pembeli atau dengan cara tidak bertatap muka langsung. Dengan menghadirkan beberapa variasi produksi dengan pilihan warna maupun model pada koleksi hijab.

Strategi pemasaran *online* yang digunakan oleh *online shop* ini adalah pemasaran melalui Instagram dengan cara membuat konten agar



Gambar 2 Koleksi Hijab Model Renda

Sumber: Liya Collection 2023 (Dokumentasi mitra)



Gambar 3 Koleksi Hijab Pita dengan Variasi Warna
Sumber: Liya Collection 2023 (Dokumentasi mitra)

menarik calon konsumen, memanfaatkan media sosial *Instagram Ads*, dengan memakai model untuk produk jilbab yang dijual agar lebih menarik. *Online shop* ini menggunakan *dropship system*, agar memudahkan para *reseller* untuk mulai berjualan jilbab tanpa modal besar, agar memperoleh harga dibawah harga jual. Strategi pemasaran *online* lainnya juga melalui media

Facebook dengan membuat konten-konten menarik, dengan mengirimkan barang ke forum jual beli karena jangkauan *Facebook Ads* lebih luas, selain itu juga *e-commerce Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada* untuk memudahkan konsumen untuk tren belanja pada masa ini.

Dalam penciptaan sebuah logo yang baik harus dapat menggambarkan kepribadian entitas



Gambar 4 Logo Branding
Sumber: Liya Collection 2023 (Dokumentasi mitra)



Gambar 5 Packaging Hijab

Sumber: Liya Collection 2023 (Dokumentasi mitra)

yang diwakilkan. Logo tersebut harus memiliki keunikan yang dapat membedakan entitas lain. Namun yang perlu diperhatikan adalah logo harus tetap simpel dan fleksibel, baik secara bentuk, warna, maupun ukuran. Logo akan diaplikasikan dalam berbagai identitas visual lain dalam beragam media. Dengan bentuk, warna, ukuran yang simpel dan fleksibel logo akan lebih aplikatif. Selain itu logo yang simpel juga lebih mudah diingat oleh masyarakat Ainun, Maming, & Wahida, 2023). Secara ringkas, beberapa kriteria standar yang harus dipenuhi sebuah logo dapat tergambar di bawah ini yang telah mem-branding identitas ciri suatu produk dengan warna yang cukup mencolok yaitu warna merah fusia berlatar belakang warna biru muda yang berkesan *feminism* dengan pilihan *font* yang melengkung berkesan *elegant feminine* yakni *Mountain Signature*.

Dalam hal kemasan salah satu inovasi dalam bisnis hijab yang sedang marak saat ini yaitu ide *packaging* hijab yang tidak biasa. KUBE Liya Collection telah menemukan sebuah ide dalam hal mem-branding *packaging* hijab pada koleksinya.

Desain *packaging* ini untuk mempersiapkan beberapa paket-paket atau kemasan dalam edisi khusus dengan menciptakan menawarkan produk agar lebih menarik dalam bentuk *hampers* seperti pada bulan Ramadhan, paket lebaran maupun berupa souvenir (Apriyanti, 2018). Pelatihan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik, dengan penjelasan metode ceramah penuturan atau penerangan secara lisan berupa pengetahuan produk *fesyen* yang sedang tren saat ini. Metode demonstrasi adalah narasumber mau pun peserta untuk saling mencoba mengaplikasikan dengan cara presentasi secara berkelompok. Untuk metode praktik peserta membuat atau menciptakan produk hijab dengan cara membuat pola dan menjahit.

Pembahasan pengetahuan teori dalam pelatihan *workshop* dalam kelompok ibu-ibu Lakarsantri selama ini dibekali dengan bentuk ceramah maupun praktik sebagai berikut.

1. Pemasaran produk *fesyen* mengenai gaya berhijab mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau

perusahaan lain. Kotler & Armstrong (2010). menyatakan bahwa pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya. Di era modern seperti saat ini, dunia fesyen menjadi salah satu sektor paling pesat perkembangannya di dunia, sebab seiring berjalannya waktu keinginan konsumen terhadap dunia fesyen semakin beragam. Hal tersebut jugalah yang menjadikan para perancang busana juga dituntut untuk selalu update dan terus mengembangkan ide kreatif untuk menciptakan produk yang jauh lebih unik dan *trendy* di zamannya. Sebagai salah satu negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam terbesar di dunia, Indonesia memiliki nilai ekonomis yang tinggi bagi perkembangan busana muslim dunia. Menjadi salah satu pusat fesyen busana muslim di dunia adalah salah satu target dari para industri fesyen di Indonesia. Dewasa ini, masyarakat muslim Indonesia yang semakin menyadari akan pentingnya menutup aurat terutama pada kaum hawa. Pada dasarnya hijab adalah sehelai kain yang berfungsi untuk menutup aurat para kaum hawa saat keluar dari rumah dan agar tidak terlihat oleh seseorang yang bukan mahramnya. Di Indonesia sendiri sebagai negara dengan mayoritas penduduknya adalah beragama Islam sudah tidak asing dengan kata “hijab” (Fadhillah, 2022). Strategi dalam pemasaran produk fesyen hijab adalah mengenali terlebih dahulu sasaran pasar, dengan cara survei dan observasi mulai dari warna, bentuk hijab, pemilihan bahan, dan pemilihan model. Salah satu strategi penjualan bisnis hijab yang bisa dilakukan adalah dengan terus melakukan inovasi de-

ngan model hijab terbaru. Salah satu manfaat dari melakukan ini adalah untuk mencegah kebosanan dari pelanggan. Selain itu, hal ini juga berguna untuk memberikan banyak pilihan kepada konsumen yang berbelanja. Inovasi model baru ini juga selain bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman, juga bisa mendapatkan pasar atau konsumen baru (Wibisono, Primasari, & Setiawan, 2021). Berikut ini beberapa strategi pemasaran penjualan bisnis hijab.

- Mengadakan *flash sale*, memberikan penawaran beli 1 dapat 2.
 - Memberikan promo undian dan memberikan promo dengan sistem bundling.
 - Memaksimalkan digital marketing dan memberikan harga yang kompetitif.
2. Logo *branding*, bukanlah sekedar nama, simbol, dan logo melainkan semua yang ada di benak konsumen. Dalam dunia pemasaran, desain merupakan pendukung atau bahkan menjadi yang utama dengan cara menarik perhatian target pasar sehingga memengaruhi keputusan membeli produk. Dalam Wheeler (2018) disebutkan bahwa makna *brand* bisa berubah sesuai konteksnya. Kadang *brand* dapat dimaknai sebagai kata benda, kadang sebagai kata kerja. Kadang dapat diasosiasikan dengan nama entitas, pengalaman, dan harapan konsumen. Sementara itu, Rustan (2009) secara ringkas mendefinisikan *brand* sebagai rangkuman pengalaman, dan asosiasi terhadap sebuah entitas. *Brand* adalah aset yang paling berharga bagi sebuah bisnis. Bahkan nilai sebuah *brand* melebihi gabungan seluruh properti dan peralatan yang dimiliki sebuah bisnis. Elemen identitas visual yang terpenting adalah logo. Logo selalu diterapkan dalam aplikasi identitas visual lainnya. Oleh karena itu, penting untuk merencanakan logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan

jiwa sebuah *brand* (Vinerean, 2016). Logo bisa diibaratkan sebagai suatu pengakuan dari sebuah merek usaha. Logo berkualitas mampu menarik minat masyarakat untuk lebih cepat dalam mengakui sebuah jasa atau produk dari bisnis yang jalankan (Defri dkk., 2022) .

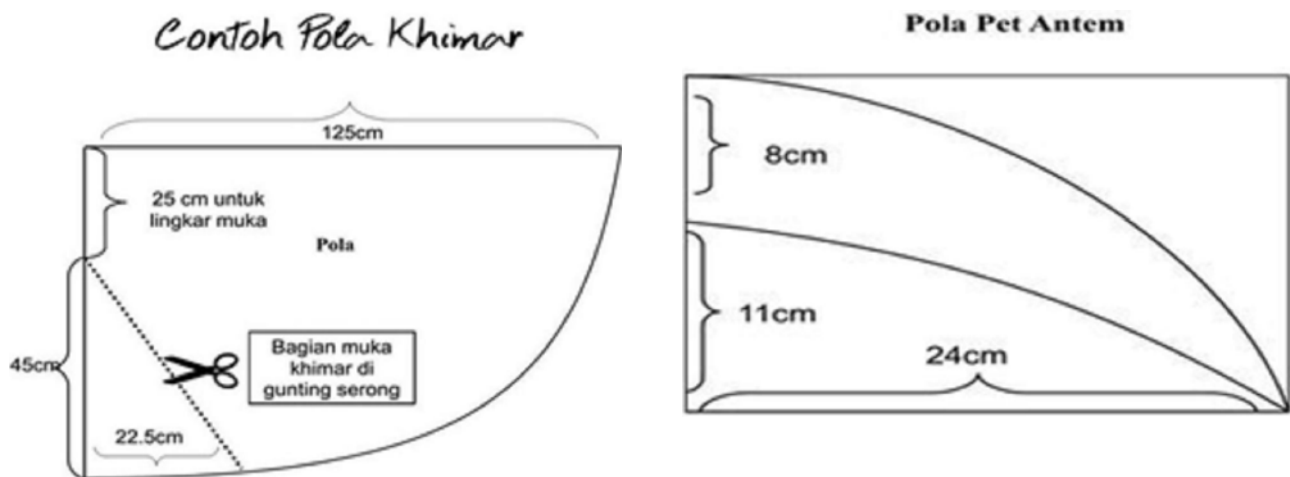
3. Praktik pola dan menjahit yakni mempelajari teknik membuat busana dan lenan rumah tangga mulai dari mendesain, membuat dan menjahit, hingga *finishing*. Keterampilan menjahit merupakan salah satu keterampilan yang penting dalam kehidupan sehari-hari, karena berhubungan dengan kebutuhan manusia akan berpakaian. Keterampilan menjahit juga dapat menjadi bekal keterampilan untuk bekerja ataupun membuka usaha seperti yang diungkapkan Sheldon Shaeffer (dalam Departemen Pendidikan Nasional, 2007) bahwa “keterampilan merupakan bekal bagi tenaga kerja untuk mandiri secara ekonomi dan sosial, dan dapat memberi masa depan yang lebih baik untuk memasuki arus utama masyarakat”. Sasaran program pengabdian masyarakat khusus pada ibu-ibu PKK dan

karangtaruna di Lakarsantri pelaksanaannya di balai kelurahan dan Universitas Ciputra Surabaya. Pelatihan praktik menjahit yang dilaksanakan untuk bertujuan untuk menambah keterampilan para peserta agar dapat lebih berinovasi dalam produksi lebih banyak guna membekali kelompok peserta dengan keterampilan menjahit yang akan menumbuhkan rasa percaya diri dan membantu warga belajar untuk praktik (Putri & Suprihadin, 2019). Keterampilan yang diajarkan dimulai dari memilih bahan tekstil sampai pada menjahit hijab sesuai dengan desain dan ukuran yang telah dirancang sebelumnya. Tujuan dari program pelatihan menjahit adalah membekali warga belajar dengan keterampilan, pengetahuan, dan sikap agar lebih kompeten.

- Memilih bahan tekstil dan bahan pembantu secara tepat.
- Memelihara dan memperbaiki gangguan pada mesin jahit.
- Mengukur, membuat pola, memotong, dan menjahit.
- Keselamatan kerja dalam praktik menjahit.



Gambar 6 Bahan Katun dan Bahan Satin
Sumber: Liya Collection 2023 (Dokumentasi Mitra)



Gambar 7 Pola Hijab



Gambar 8 Kegiatan Membuat Pola Hijab Khimar dan Memotong Bahan

Dalam pemilihan sebuah produksi hijab harus diperhatikan segi kenyamanan bahan, seperti: *voal*, *viscose*, *lycra*, katun *supernova*, *ceruti*, *maxmara*, dan *cornskin*. Bahan-bahan tersebut berdaya serap yang tinggi sehingga nyaman digunakan untuk aktivitas sehari-hari. Ada juga bahan hijab yang untuk acara khusus misalnya untuk acara pesta dan acara formal dapat menggunakan bahan satin, sifon, *georgette*, *silky* dan *brocade* adalah bahan yang memiliki sifat berkilau dan *flowy* (Suliyanthini, 2017).

Dengan maraknya model hijab, banyak pebisnis beralih ke produksi hijab dengan harga

bersaing. Model pilihan hijab yang perlu diketahui dengan model yang memiliki ciri sendiri di antaranya hijab: khimar, syar'i, pashmina, dan hijab *instant*. Intinya hijab yang sesuai dengan kaidah syariat muslimah adalah hijab yang panjangnya menutupi dada (Dini, 2018). Sekarang banyak tren hijab yang dengan banyak variasi dan kreasi sehingga memudahkan bagi si pemakainya. Oleh karena itu, kelompok dalam *workshop* ini mencoba untuk berbisnis hijab dalam bentuk kreasi mudah dan praktis. Sebelum praktik menjahit langkah awal adalah membuat pola hijab terlebih dahulu, dengan menentukan ukuran dan model.



Gambar 9 Kegiatan Praktik Menjahit

Kegiatan pelatihan peserta selanjutnya, belajar menjahit mulai dari cara memasang benang pada mesin, mengoperasikan mesin jahit, sampai pada pemeliharaan mesin jahit. Langkah awal menyiapkan alat-alat kebutuhan menjahit berupa, kapur jahit sebagai penanda, jarum pentul, gunting bahan, meteran sampai pada penggaris pola.

Setelah sudah selesai menjahit, langkah berikutnya ialah menghias hijab dengan teknik payet dengan variasi monte-monte yang menambah kesan mewah dan lebih variatif. Macam-macam jenis payet yang digunakan yaitu: payet batang, payet patah, payet piring, payet pasir, payet tebu, dan masih banyak lainnya.



Gambar 10 Hasil Hijab Kreasi Teknik Beading



Gambar 11 Praktik Hijab Kreasi Teknik Beading

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini tidak dapat terlaksana jika tidak ada koordinasi yang baik antara pihak terkait. Oleh karena itu tim pengabdian masyarakat mengucapkan banyak terima kasih kepada peserta pelatihan yaitu ibu-ibu kelompok PKK dan karang taruna Kelurahan Lakarsantri Surabaya yang sudah aktif dalam setiap kegiatan pelatihan. KUBE Liya Collection tidak hanya menyediakan fasilitas sarana, dan prasarana tetapi juga peduli terhadap para anggota secara kreatif dapat berkembang. Tentunya tidak lupa ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) serta dosen-dosen Universitas Ciputra Surabaya yang telah mendukung kegiatan ini.

KESIMPULAN

Dengan diadakannya pelatihan berupa pelatihan *workshop* secara bertahap, diharapkan peserta mampu memahami pentingnya dari pelatihan ini sebagai strategi pembekalan untuk mencapai tujuan kesejahteraan bagi masyarakat untuk meningkatkan pada sektor ekonomi warga sekitar Lakarsantri Surabaya. Dampak ini diha-

rapkan lebih meluas di wilayah sekitar dan dapat meneruskan usaha yang terus bertumbuh bersama.

Workshop kewirausahaan ini mampu menciptakan *entrepreneur-entrepreneur* baru yang potensial yang ada di Lakarsantri serta dapat memberikan pengaruh baik di daerah-daerah sekitarnya, dengan lebih menggali potensi kreativitas yang berinovasi. Adanya kegiatan pelatihan ini juga untuk peningkatan potensi yang lebih baik dari segi tampilan desain hijab maupun dari beberapa strategi penjualan dengan menerapkan metode ceramah produk fesyen, metode demonstrasi guna dalam membuat logo *branding*, menciptakan logo pada identitas, mewakili usaha bisnis para peserta pelatihan ini, dengan demikian dari hasil produk dapat bersaing di pasar yang lebih luas dengan kemasan kreasi yang baru. Terakhir adalah praktik pola menjahit hijab kreasi teknik *beading*. Demi meningkatkan produksi lebih banyak lagi dalam membuat produk hijab praktis dengan menggunakan bahan katun maupun bahan polyester dengan mengikuti tren di mana permintaan minat pasar untuk saat ini yang cukup meningkat pesat.

DAFTAR RUJUKAN

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>.
- Alvionita, R., Suryono, J., & Gama, B. (2022). Promosi penjualan produk fashion dalam menarik minat pembeli pada akun Instagram @wannanthi.skh. *Media and Empowerment Communication Journal*, 1(1), 1–14.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio-E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>.
- Defri, I., Al Furkhon, A., Anastasia, B. W., & Saputro, E. A. (2022). Re-branding UMKM Kelurahan Kedundung Mojokerto melalui logo baru yang unik dan menarik. *Abdimasin*, 2(1), 10–19.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dini, M. A. (2018). *Pemaknaan Fashion Hijab di Sosial Media Instagram (Studi Resepsi Selebram Hijabers pada Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang)*. [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fadhillah, A. Q. (2022, January 28). *Analisis Strategi Bisnis Fashion Hijab Merek Attaya Hijab Store*. <https://www.ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1386>.
- Hoerniasih, N., Danugiri, D., & Nurdiansyah, D. N. (2022). Implementasi model pemberdayaan program UMKM dalam menumbuhkan kemandirian berwirausaha. *Abdimas Siliwangi*, 5(2), 274–282. <https://doi.org/10.22460/as.v5i2.6970>.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mauida. (2019). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Keterampilan Menjahit*. [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Purnama, R. & Radiona, V. (2021). Pelatihan pembuatan hijab instan pada siswi Madrasah Tsanawiyah As-Syafi'iyah 05 Kota Bekasi. *Jurnal Ikraith-Abdimas*, 4(3), 184–193.
- Putri, A. S. & Suprihatin, S. E. Y. (2019). Pengembangan e-modul pembelajaran penyelesaian tepi pakaian pada mata pelajaran dasar teknologi menjahit melalui aplikasi Sigil. *Jurnal Fesyen: Pendidikan dan Teknologi*, 8(4).
- Rustan, Surianto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suliyanthini, D. (2017). *Ilmu Tekstil*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Vinerean, S. (2016). Branding strategies for social media marketing. *Expert Journal of Marketing*, 4(2).
- Wheeler, Alina. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Kanada: John Wiley & Sons, Incx.
- Wibisono, Y. P., Primasari, C. H., & Setiawan, D. (2021). Pendampingan dan pembuatan konten video untuk mendukung pemasaran melalui media sosial bagi UMKM fashion. *Jurnal Pengabdian*, 4(2), 113. <https://doi.org/10.26418/jplp2km.v4i2.45995>.
- Yoga, S. (2019). Perubahan sosial budaya masyarakat Indonesia dan perkembangan teknologi komunikasi. *Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Dakwah*, 24(1). <https://doi.org/10.22373/albayan.v24i1.3175>.