Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat	Volume 2 Nomor 2 Agustus 2021 Halaman 106-113	e ISSN: 2716-4705

PENGELOLAAN PRODUKSI TAS GONI DAN *KARINDING* PADA *BARAYA SOREANG* DI KABUPATEN BANDUNG

Nani Sunarni[1], Asep Yusup Hudayat[2]

[1]Fakultas Ilmu Budaya Unpad
[2]Fakultas Ilmu Budaya Unpad

Article history
Received : 29 Mei 2021
Revised : 22 Juni 2021
Accepted : 4 Agustus 2021

*Corresponding author
Email : [1]nani.sunarni@unpad.ac.id

No. doi:
https://doi.org/10.24198/sawala.v2i2.33534

ABSTRAK

"Baraya Soreang" merupakan organisasi yang beranggotakan para mantan geng motor yang berkantor pusat di wilayah Soreang Kabupaten Bandung. Tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah pemberdayaan dan peningkatan kreativitas di bidang seni yang telah mereka jalankan. Kreativitas yang telah mitra hasilkan di antaranya adalah produksi tas goni dan *karinding*. Kecintaannya pada budaya Sunda dilatarbelakangi oleh keinsyafannya untuk kembali kepada lingkungan normatifnya. Potensi kecintaan mereka terhadap budaya Sunda dan kreativitasnya perlu diapresiasi secara baik guna menumbuhkembangkan kesadaran-kesadaran yang kontributif bagi terciptanya harmonisasi baik terhadap lingkungan fisiknya, sosial, maupun lingkungan budayanya. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini berupa penyuluhan dan pendampingan.
Hasil dari kegiatan ini berorientasi kepada peningkatan pemahaman budaya Sunda, terutama menyangkut nilai-nilai filosofis, nilai-nilai estetika, dan nilai-nilai pragmatis sehingga dihasilkan design-design gambar untuk produk tas goni dan *karindin*g. Adapun pada tahap kegiatan produksi telah dihasilkan tas goni dengan aneka model dan motif serta *karinding* untuk pengguna pemula dan tingkat mahir.

Kata kunci: Baraya Soreang,tas goni, karinding, kreativitas

ABSTRACT

"Baraya Soreang" is an organization whose members are former motorcycle gang headquartered in the Soreang area, Bandung. The purpose of this community service activity is to empower and increase creativity in the arts that they have carried out. The creativity that the partner has produced includes the production of gunny bags and karinding. His love for Sundanese culture was motivated by his conviction to return to his normative environment. Their potential love for Sundanese culture and creativity needs to be well appreciated in order to foster contributive awareness for the creation of harmony both in their physical, social and cultural environment. The method used in the implementation of this activity is in the form of counseling and mentoring.The results of this activity are oriented towards increasing understanding of Sundanese culture, especially regarding philosophical values, aesthetic values, and pragmatic values so that image designs are produced for gunny bag and karinding. Meanwhile, at the stage of production activities, gunny bags have been produced with various patterns/motifs as well as karinding for beginner and advanced level users.

Key word: Baraya Soreang, gunny bag, karinding, creativity

PENDAHULUAN

"*Baraya Soreang*" merupakan organisasi kemasyarakatan yang beranggotakan mantan geng motor. Terbentuknya geng motor diakibatkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal diantaranya meliputi sikap mental yang tidak sehat dari para anggota, ketidakharmonisan dalam keluarga, dan rendahnya faktor pendidikan. Sedangkan faktor eksternal diakibatkan kurangnya partisipasi masyarakat untuk melakukan preventif dan kurangnya penegakan hukum oleh aparat (Rahmat 2015).

Oleh karena itu, keberadaan geng motor tidak sedikit menyebabkan penilaian negative dari masyarakat bahkan kurang dapat diterima di masyarakat. Namun, seiring dengan titik balik kehidupannya, mereka menyadari kepentingannya untuk dapat diterima di masyarakat. Untuk kepentingan itu, salah satu kelompok geng motor yang ada di kabupaten Bandung membentuk sebuah organisasi kemasyarakatan yang disebut dengan "Baraya Soreang" yang berpusat di Soreang kabupaten Bandung Barat.

Kegiatan organisasi ini berkonsentrasi dalam bidang sosial dan budaya. Kecintaannya terhadap budaya Sunda mengantarkan mereka kepada pembentukan usaha-usaha kreatif yang hasilnya diharapkan bisa menghidupi organisasi mereka. Produk-produk kreatif yang telah "*Baraya Soreang*" hasilkan di antaranya *kampret* (pakaian tradisional harian pria), tas berbahan dasar goni, kaos, lukisan, dan grup seni karinding.

Namun demikian, usaha mereka belum optimal jika di ukur bersadarkan nilai jual dalam trend lokalitas, produksi yang mementingkan nilai estetika dan nilai ekonomis, dan pemanfaatan teknologi internet untuk publikasi sehingga daya tawar dari produk kreativitas mereka pun yang seharusnya melekat di hasil produksinya (terutama menyangkut bagaimana produk seni mereka menjadi digemari dan dibutuhkan banyak orang) belum tercapai secara optimal. Dengan demikian, melalui progran Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, seluruh anggota organisasi tersebut dapat diberi pemahaman wawasan yang memadai menyangkut peningkatan kreativitas atas usaha yang mereka jalankan. Melalui program ini, seluruh anggota diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dalam penciptakaan produk-produk seninya secara lebih baik dan produktif.

Berdasarkan jangkauan program PKM bagi kelompok calon wirausaha baru di "*Baraya Soreang*", permasalahan utamanya menyangkut:

1) *wawasan lokalitas* yang masalah utamanya terletak pada keterbatasan referensi (khazanah budaya) yang mampu diwujudkan ke dalam kreativitas-kreativitas produk seni (kriya, design grafis, musik, dan fashion).
2) *pengelolaan produk seni* yang masalah utamanya berpusat pada terbatasnya pengetahuan manajemen usaha sehingga perencanaan, praktik produksi, pemasaran, dan evaluasi dilakukan dengan cara intuitif.

Berdasarkan permasalahan-permasalah tersebut, program PKM ini bertujuan memberi kontribusi kepada mitra dalam meningkatan wawasan mitra menyangkut lokalitas khususnya entrepleneurship dalam perspektif lokalitas (budaya Sunda) dan memberi kontribusi kepada pembenahan pengelolaan usaha yang telah dan akan dikembangkan mitra. Hal-hal spesifik yang perlu diberdayakan dan dibenahi adalah menyangkut hal berikut.

a. Kreativitas

Keterbatasan referensi dalam perspektif lokalitas (budaya Sunda) dapat diatasi dengan memberikan penyuluhan dan praktik langsung menyangkut cara-cara: (1) memahami nilai filosofis sebuah

produk seni, (2) menuangkan gagasan (dari nilai filosofis) ke dalam produk seni dengan tahap: penjabaran konsep, pemberian makna, kontekstualisasi (wawasan lokalitas, nostalgik, kolektif, adaptasi, dan (3) mengembangkan produk seni dari produk yang telah mereka hasilkan sebelumnya melalui cara modifikasi/perluasan varian produk (design, warna, motif, bahan, gerak, dll.) dan memilih produk unggulan yang akan ditindaklanjuti ke pemroduksian secara memadai untuk target pemasaran

b. Pengelolaan Produk

Keterbatasan pengurus dan anggota di "*Baraya Soreang*" dalam pengelolaan produk seni yang mereka hasilkan juga berpangkal pada masalah keterbatasan pengetahuan manajerial dalam mengembangkan usahanya. Keterbatasan yang paling tampak dalam hal pengelolaan adalah:

1) kelompok-kelompok SDM pada *Baraya Soreang* yang telah dibentuk (divisi seni pertunjukan, divisi kerajinan, divisi fashion, dan sebagainya) belum secara optimal berkonsentrasi penuh dalam menghasilkan produk seni terbaiknya atau setidaknya menghasilkan produk-produk unggulan (dengan kekuatan lokalitasnya) yang diminati banyak orang,
2) karena peningkatan ekonomi mitra tersebut tidak dijadikan target utama mereka, maka pengelolaan perencanaan produksi, pelaksanaan produksi, pemasaran, dan pelaporan/ evaluasi pun dilakukan secata terbatas.

Guna mengatasi permasalah tersebut, 3 hal terpenting yang bisa dijalankan dalam program PKM ini adalah (1) penyuluhan, (2) pendampingan praktik produksi, (3) publikasi.

KAJIAN PUSTAKA

Dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini dilandasi oleh beberapa teori sebagai berikut.

a. Psikologi Perkembangan

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat berdiri sendiri. Manusia dibentuk oleh lingkungannya. Apabila berada dalam lingkungan baik seseorang akan terbawa baik. Sebaliknya apabila seseorang berada dilingkungan yang kurang baik besar kemungkinan akan mudah terpengaruh oleh lingkungan tersebut. Pada masa adolesen (Ahmadi and Sholeh 2005:128) manusia ada di titik balik. Manusia di masa ini mulai memahami arah hidupnya dan menyadari tujuan hidupnya. Sehingga akan terjadi perubahan sosial. Perubahan sosial terjadi karena adanya perubahan dalam unsur-unsur yang mempertahankan keseimbangan masyarakat misalnya perubahan dalam unsur-unsur geografis, biologis, ekonomis, atau kebudayaan. Hal itu sejalan dengan pendapat Narwoko dan Suyanto yang menyatakan bahwa perubahan sosial mengandung perubahan dalam tiga dimensi yaitu struktural, kultural, dan interaksional (Narwoko and Suyanto 2007:362).

Berdasarkan uraian di atas, perubahan sosial merupakan dari bagian dari perubahan kultural atau kebudayaan. Perubahan dalam kebudayaan mencakup semua bagiannya, yaitu kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi, filsafat dst. Bahkan perubahan-perubahan dalam bentuk serta aturan-aturan organisasi sosial. Sebagai contoh komunitas geng motor yang berada di wilayah kota Bandung mengalami perubahan sosial yang otomatis mengalami perubahan budaya. Perubahan ini menuju pada kegiatan-kegiatan positif sehingga terbentuk perubahan yang melembaga yang disebut "*Baraya Soreang*".

b. Baraya Soreang

"*Baraya Soreang* (BSR)" yang bermarkas di Jalan Raya Soreang RT.01/02 Ds. Soreang, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung adalah organisasi kemasyarakatan yang beranggotakan mantan geng motor. Organisasi secara resmi telah terdaftar di Pemerintahan Kabupaten Bandung dengan nomor 220/681/ormas/kesbank.Pol Linmas Tahun 2013 (Pemda Kabupaten Bandung 2013). Keanggotaan organisasi ini pada umumnya berasal dari suku Sunda.

Setelah mereka kembali kepada masyarakat, mereka tersadar dengan budayanya. Dengan dasar pengetahuan

yang ada mereka berkiprah mengoptimalkan dirinya berbakti kepada masyarakat sehingga mampu hidup mandiri bahkan membantu sesama. Mereka mengharapkan keberadaannya diakui oleh masyarakat luas. Dengan segala upayanya mereka membuat organisasi kemasyarakatan yang bernama "*Baraya Soreang*". Untuk menjalankan kegiatan organisasi, "*Baraya Soreang*" ini memiliki bidang usaha seperti divisi produk pakaian, divisi produk alat kesenian, divisi produk tas dan lain-lain.

c. Kearifan Lokal

Kearifan berasal dari kata arif yang dilekati konfiks ke-an yang berfungsi sebagai nominalisator (Kridalaksana 1989:72). Sedangkan kata arif adalah bijaksana. Jadi kearifan adalah kebijaksanaan. Lokal adalah setempat (Tim Penyusun Kamus 1995:131). Kearifan lokal adalah kebijaksanaan setempat. Pendapat lain menyebutkan bahwa kearifan lokal adalah kebijaksanaan atau pengetahuan asli suatu masyarakat yang berasal dari nilai luhur tradisi budaya untuk mengatur tatanan kehidupan masyarakat (Sibarani 2014:114). Sejalan dengan pendapat di atas, yang dimaksud dengan kearifan lokal dalam tulisan ini yaitu kearifan dalam kebudayaan tradisional (Sedyawati 2007:382). Kearifan lokal yang bersumber dari nilai budaya tersebut dimanfaatkan untuk menata kehidupan komunitas. Dan organisasi "*Baraya Soreang*" ini mengaplikasikan kearifan lokalnya yaitu budaya Sunda untuk mengoptimalkan kemampuan para anggota agar menjadi masyarakat yang unggul dan bermanfaat.

Dan salah satu kebudayaan tradisional seni di Jawa Barat khususnya di kabupaten Soreang yaitu dalam dunia usaha sandang yaitu pakaian dan kesenian buhun yaitu kesenian karinding.

d. *One Village One Product*

One Village One Product merupakan suatu gerakan yang diperkenalkan Morihiko Hiramatsu yang berasal dari prefektur Oita Jepang. Dalam bahasa Jepang gerakan ini disebut *isson ippin undou* (一村一品運動). Gerakan ini saat ini terus berkembang di beberapa negara Asia termasuk Indonesia. (Munthe 2014)

Gerakan ini di negara asalnya bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk unggulan pada setiap daerah di Jepang. Dengan mengadopsi gerakan ini untuk diterapkan di "*Baraya* Soreang" diharapkan dapat meningkatkan kualitas produknya berupa pakaian, alat kesenian, tas dan produk lainnya dari divisi kegiatan usaha organisasi ini, sehingga diharapkan dapat menjadi produk unggulan yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi.

METODE

Berdasarkan jangkauan program PKM bagi kelompok calon wirausaha baru di "*Baraya Soreang*" permasalahan prioritas menyangkut produksi dan pengelolaan. Lemahnya produksi lebih dilatarbelakangi oleh kurangnya daya ekplorasi kreativitas yang berbasis kemampuan memahami gagasan-gagasan lokalitas/kultur secara memadai. Adapun keterbatasan pengelolaan usaha berpangkal pada masalah keterbatasan pengetahuan manajerial dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam memanfaatkan teknologi untuk kepentingan publikasi.

Sebagai upaya untuk meningkatkan sebuah usaha perlu memahami managemen perusahaan. Jepang sebagai negara maju di bidang industri dapat dijadikan landasan untuk mempelajari manajemen Jepang. Manajemen yang diterapkan Jepang diantaranya yaitu kebersamaan, keteknikan modern, inovasi, professional (Marbun 1984:51).

Berdasar pada manajemen Jepang di atas, guna mengatasi permasalah dalam kegiatan yang dilakukan oleh "*Baraya Soreang*" ini terdapat tiga hal terpenting yang bisa dijalankan dalam program PKM ini diterapkan dalam bentuk (1) penyuluhan, (2) pendampingan praktik produksi, dan (3) publikasi

Prosedur kerja/rencana kegiatan yang dapat mendukung realisasi 3 tahapan pelaksanaan PKM tersebut yang ditunjukkan melalui langkah pemecahan permasalahan, bentuk partisipasi mitra, dan target luaran (produksi dan publikasi) dibagankan sebagai berikut:

Tabel 1 : Tahap Kegiatan

No	Tahapan Kegiatan	Keterlibatan Subjek		
		Dosen	Pakar	Kelompok Mitra
1	pengumpulan data (studi kondisi mitra melalui sosialisasi program untuk menghasilkan kesepakatan program)	membuat rumusan permasalahan riil yang untuk menentukan tindak lanjut kegiatan	bersama dosen meyiapkan materi penyuluhan (sesuai target tahapan kegiatan)	berperan dalam memberi keterangan melalui wawancara dan penunjukan dokumen/ arsip
2	pelaksanaan program tahap I (penyuluhan)	Koordinasi dengan mitra dan menentukan target luaran dari penyuluhan	menyajikan materi penyuluhan menyangkut kreativitas berbasis lokalitas	hadir sebagai peserta dan berperan aktif dalam penyuluhan
3	pelaksanaan program tahap II (pendampingan praktik produksi)	pendampingan praktik dalam memroduksi karya seni	membantu dosen dalam kegiatan pendampingan	melaksanakan kegiatan pemroduksian sesuai target
4	pelaksanaan program tahap III (uji coba publikasi)	mendampingi kegiatan publikasi	menentukan kriteria capaian keberhasilan dalam kegiatan publikasi yang dilakukan mitra	melaksanakan kegiatan publikasi
5	pelaksanaan program tahap IV (pelaporan dan evaluasi)	koordinasi dengan penyuluh untuk memeriksa keberhasilan mitra dalam hal kreativitas dan pengembangan usahanya	melakukan penilaian secara komprehensif atas kreativitas dan upaya pengembangan produk	mempelajari rekomendasi-rekomendasi dari tim pelaksana PKM dalam hal kegiatan usaha mitra

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan perubahan struktural, kultural, dan interaksional dalam organisasi "*Baraya Soreang*" yang mengalami perubahan sosial untuk meningkatkan kualitas hidupnya maka dilakukan kegiatan dengan berdasar pada kebersamaan, keteknikan modern, inovasi, dan profesional.

a. Penyuluhan

Sesuai dengan target kegiatan PKM melalui kegiatan penyuluhan, kebutuhan mendasar yang diperlukan mitra dalam meningkatkan kreativitas seni mereka adalah penyangkut peningkatan pemahaman dan peningkatan wawasan mitra menyangkut produk seni, harmonisasi sosial, dan kewirausahaan. Dengan demikian, kegiatan penyuluhan tersebut dipetakan ke dalam tiga sasaran utama kegiatan/tema pokok kegiatan, yaitu mengenai (a) penyuluhan mengenai kreativitas berbasis lokalitas, (b) penyuluhan mengenai komunikasi lintas budaya dalam tinjauan pragmatis, dan (c) penyuluhan mengenai publikasi lokalitas dan tantangannya. Berikut ini rincian hasil kegiatan penyuluhan berdasarkan kepentingan pokok tersebut.

1) Penyuluhan dengan materi pokok Kreativitas Berbasis Lokalitas diarahkan untuk memberi pemahaman mengenai kreativitas berdasarkan perspektif historis guna tercapainya peningkatan kesadaran mitra tentang karya seni yang diciptakan dan dikonsumsi berdasarkan pengalaman-pengalaman budaya masa lalu dan masa kini. Berdasarkan hasil pengamatan selama penyuluhan, terutama di sesi diskusi, tampak mitra menunjukkan minat untuk mengetahui lebih jauh tentang nilai-nilai filosofis, estetika, dan pragmatis atas karya-karya produk budaya Sunda.
2) Penyuluhan dengan materi pokok Komunikasi Lintas Budaya: Tinjauan Pragmatis diarahkan untuk memberi pemahaman mengenai harmonisasi antarbudaya (lokal-nasional-global) yang dilakukan melalui penunjukkan pengalaman-pengalaman pragmatis yang berhubungan dengan nilai, perilaku, dan produk material budaya, khususnya dengan perbandingan budaya Sunda dan Jepang dalam keterikatan kehidupan tradisionalnya sekaligus kemampuan untuk menyambut modernitasnya dengan berbagai kemajuan yang telah dicapainya, salah satunya melalui program *OVOP* (*One Village One product*) di Jepang. Hasil yang tampak dari penyuluhan tersebut adalah munculnya minat mengetahui lebih jauh tentang keberhasilan budaya bangsa lain dalam mengambangkan produk unggulan lokal.
3) Penyuluhan dengan materi pokok *Khazanah Pakaian Sunda* diarahkan untuk memberi pemahaman mengenai perkembangan design pakaian tradisional Sunda dalam kepentingan kegiatan formal dan non-formal yang menjadi sumber-sumber referensi bagi pengembangan design pakaian

modern. Hasil penyuluhannya adalah munculnya minat mengetahui lebih tentang nilai-nilai filosofis, estetika, dan pragmatis atas karya-karya produk budaya Sunda.

4) penyuluhan dengan materi pokok *Publikasi Produk Seni Lokal di Web* diarahkan untuk meningkatkan wawasan-wawasan pengetahuan mengenai fungsi publikasi dan pemanfaatan web sebagai sarana publikasi produk-produk yang dihasilkan mitra serta memberi pemahaman tentang tantangan yang akan dihadapi mitra. Hasil yang tampak dari penyuluhan tersebut adalah munculnya minat mengetahui lebih jauh tentang pengelolaan usaha melalui pemanfaatan web. Seluruh rangkaian kegiatan ini diikuti oleh ketua dan para anggota Baraya Soreang dengan penuh antusias dan kebersamaan yang erat.

Gambar 1: Kegiatan penyuluhan

Gambar 2 : Keakraban tim PKM dengan mitra

b. Pendampingan Praktik Produksi

Kegiatan pendampingan praktik produksi diarahkan kepada kegiatan utama pembuatan (1) design gambar tas goni dan *karinding* (2) produksi tas goni dengan aneka motif dan *karinding* (tahap uji coba produk). Hasil yang didapatkan dari kegiatan ini dideskripsikan sebagai berikut.

1. Tas Goni

Tujuan pendampingan praktik tas goni ini adalah untuk menghasilkan tas goni dengan peningkatan kreativitas dari segi design dan motif. Pembuatan design tas goni dan praktik pembuatan sample produk ditujukan untuk mengatasi kendala-kendala produksi yang sebelumnya sebagian besar telah dilakukan secara intuitif oleh mitra. Kegiatan perancangan model dan motif tas merupakan sarana yang tepat dalam menghasilkan design-design terpilih (unggulan). Dalam tahap kegiatan pendampingan ini, mitra telah ditunjukkan pentingnya pemilihan bahan, design/model, fungsi tepat guna, dan pemahaman nilai-nilai lokalitas yang mampu berdaya saing dengan produk-produk modern. Tahap pendampingan pembuatan design tas dilakukan sebagai berikut:

(1) Tim pelaksana program PKM memberikan lembar kerja yang harus dikerjakan oleh mitra kelompok pembuat tas goni.
(2) Mitra menuangkan gagasannya berupa design gambar tas goni.
(3) mitra memberi keterangan singkat mengenai gambar yang dibuatnya serta memberikan alasan atas pemilihan bahan, design/model, fungsi, dan pemahaman nilai yang dipentingkan di dalamnya.
(4) Tim pelaksana program PKM memberi tanggapan atas design gambar tas goni yang dibuat mitra.
(5) Mitra membuat tas goni dalam berbagai ukuran dari besar sampai kecil berdasarkan design yang telah direkonstruksi.

Gambar 3 : Persiapan produksi

2. Karinding

Pembuatan alat musik karinding ditujukan untuk pemenuhan ketersediaan alat musik pokok seni karinding. Selain itu alat musik yang mungil tersebut dapat diproduksi dalam jumlah banyak dan dijual untuk menambah penghasilan kelompok Mitra. Melalui andil tutor yang didatangkan khusus dalam pembuatan alat musik karinding, mitra dapat mengikuti tahap-tahap persiapan dan pembuatan alat musik tersebut. Melalui diskusi antara tim pelaksana, tutor, dan mitra, diperoleh design alat musik karinding yang diwujudkan langsung ke dalam sample pembuatan produknya. Tahap pedampingan pembuatan design alat musik karinding dan pembuatan sample produk adalah:

(1) Tutor menerangkan morfologi alat musik beserta material dasar yang lazim digunakan pemain alat musik karinding
(2) Tutor menerangkan perbedaan alat musik karinding yang digunakan oleh pemain profesional dan pemain amatir atau yang sedang berlatih.
(3) Tutor menunjukkan design gambar karinding hasil inovasi untuk menghasilkan bunyi yang lebih merdu; inovasi untuk pemain pemula agar mudah menghasilkan bunyi.
(4) Tutor menginstruksikan peserta untuk memperhatikan cara pembuatan karinding
(5) Sebagian peserta mencoba terlibat dalam pembuatan karinding didampingi tutor dan tim pelaksana PKM.
(6) Setelah dihasilkan sample produk, tutor bersama tim pelaksana program PKM mencoba memainkan karinding
(7) Setelah memainkan karinding, peserta berdiskusi untuk menunjukkan kesan-kesannya terhadap pembuatan sample produk tersebut.

Untuk meningkatkan keberlngsungan organisasi dan perekonomian seluruh anggota, hasil produksi mitra dipasarkan melalui berbagai pameran dan pemanfaatan sosial media.

Pemasaran berbasis teknologi atau pemasaran digital ini merupakan salah satu strategi pemasaran untuk mempromosikan dan memperkenalkan sebuah merek dagang dengan menggunakan media digital. Sehingga dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan. Pada masa ini media sosial menjadi alat pemasaran yang berbasis teknologi (Werdani et al. 2020)

Gambar 4 : Pembuatan *karinding*.

Gambar 5 : Pameran hasil karya

PENUTUP

Uji coba produksi tas goni dan *karinding* merupakan kegiatan yang memadukan antara kreativitas dan penunjukkan kesadaran harmoni bagi mitra yang pernah berlatar belakang sebagai geng motor. Kembalinya mitra kepada lingkungan normatifnya harus berada dalam kekuatan mengharmonisasikan diri dengan lingkungan yang ditempatinya. Kreativitas-kreativitas yang mereka miliki perlu diapresiasi secara baik guna menumbuhkembangkan kesadaran-kesadaran yang konstrubutif bagi terciptanya harmonisasi baik terhadap lingkungan fisiknya, sosial, maupun lingkungan budayanya. Kegiatan PKM yang telah dijalankan terhadap mitra berupa

penyuluhan dan pendampingan praktik produksi diarahkan kepada peningkatan pemahaman dan kreativitas. Peningkatan pemahaman diarahkan kepada pemahaman budaya Sunda, terutama menyangkut nilai-nilai filosofis, nilai-nilai estetika, dan nilai-nilai pragmatis. Peningkatan kreativitas diarahkan kepada upaya menciptakan produk seni yang mampu diapresiasi masyarakat secara lebih luas. Secara keseluruhan, Mitra telah menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai budaya Sunda dan kreativitasnya. Mitra pun telah menunjukkan minatnya dalam mengembangkan produk-produk hasil kreativitasnya ke arah yang lebih bersifat ekonomi dalam menghidupi keberlangsungan organisasinya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, and Sholeh. (2005). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kridalaksana, Harimurti. (1989). *Pembentukan Kata Dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Marbun, B. N. (1984). *Manajemen Jepang*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.

Munthe, Mulia Ginting. (2014). "Indonesia Berbagi Pengalaman One Village One Product." *Bisnis.Com*. Retrieved (https://ekonomi.bisnis.com/read/20140317/87/211415/indonesia-berbagi-pengalaman-one-village-one-product-).

Narwoko, J. Dwi, and Bagong Suyanto. (2007). *Sosiologi : Teks Pengantar Dan Terapan*. Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Pemda Kabupaten Bandung. (2013). "DAFTAR ORMAS DAN ORGANISASI KEPEMUDAAN KABUPATEN BANDUNG."

Rahmat, Diding. (2015). "Problematika Geng Motor Di Kabupaten Kuningan Dalam Prespektif Sosiologi Hukum." *UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum* 1(1). doi: 10.25134/unifikasi.v1i1.34.

Sedyawati, Edi. (2007). *Budaya Indonesia: Kajian Arkeologi, Seni, Dan Sejarah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Sibarani, Robert. (2014). *Kearifan Lokal : Hakikat, Peran, Dan Metode Tradisi Lisan*. Jakarta: Asosiasi Tradisi Lisan (ATL).

Tim Penyusun Kamus. (1995). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Werdani, Riandhita Eri, Nurul Imani Kurniawati, Johan Bhimo Sukoco, Anafil Windriya, and Dian Iskandar. (2020). "Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media." *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)* 4(1). doi: 10.30595/jppm.v4i1.4655.