

**Pengembangan dan Komersialisasi Desain Produk Aksesoris Interior Berbahan Baku Kain Perca Sebagai Upaya Meningkatkan Komersialisasi Usaha Bank Sampah Gulon Asri**

**Nadhifia Iryadini Rohadatul 'Aisy, Nurhayatu Nufut Alimin, Trisna Dwi Putri Novitabella, Silmi Cahya Pradini Priliana, Wisnu imam Safi'i, dan Sharfina Djati Pramesti**

**Prodi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia**

[nurhayatunufut@staff.uns.ac.id](mailto:nurhayatunufut@staff.uns.ac.id)

---

**Info Artikel**

Masuk: 07/08/2024

Revisi: 27/03/2025

Diterima: 17/05/2025

Terbit: 19/05/2025

**Keywords:**

Interior Design,  
Accessories Product,  
Fabric Scrap, Waste Bank

**Kata kunci:**

Desain Interior, Produk  
Aksesoris Rumah, Limbah  
Kain Perca, Bank Sampah

P-ISSN: 2598-2273

E-ISSN: 2598-2281

DOI : 10.33061

---

**Abstract**

*The service activity is a continuation of the previous service activity, which is almost entering the final stage of efforts to commercialize Gulon Asri waste bank products. This service activity consists of material delivery activities and product making workshop activities along with recording video tutorials of the products being worked on. At this stage, waste bank women are taught to make video tutorials which can be used as a means of education about recycling fabric waste as well as a promotional medium for the products produced by the waste bank.*

---

**Abstrak**

Kegiatan pengabdian merupakan lanjutan dari kegiatan pengabdian sebelumnya, yang hampir memasuki tahap akhir dari upaya komersialisasi produk bank sampah Gulon Asri. Kegiatan pengabdian ini terdiri dari kegiatan penyampaian materi dan kegiatan workshop pembuatan produk beserta perekaman video tutorial produk yang dikerjakan. Pada tahap ini ibu-ibu bank sampah diajarkan untuk membuat video tutorial yang dapat dijadikan sarana edukasi tentang daur ulang limbah kain sekaligus sebagai media promosi produk yang dihasilkan bank sampah tersebut.

## PENDAHULUAN

*Fast fashion* yang disebut juga mode cepat atau fesyen cepat dalam Bahasa Indonesia, adalah istilah yang merujuk pada model bisnis industri fashion yang ditandai produksi massal dengan biaya rendah (Jannet Camacho Cusicahua et al., 2024). Untuk tetap mengikuti tren yang terus berkembang dengan cepat, industri *fast fashion* memproduksi pakaian secara massal dalam waktu singkat dan menawarkan koleksi baru dengan harga terjangkau. Strategi pemasaran ini tidak hanya mendorong konsumen untuk terus membeli produk terbaru, tetapi juga secara signifikan meningkatkan jumlah tekstil yang diolah industri beserta limbahnya. Oleh karena itu, meningkatnya *fast fashion* adalah salah satu alasan tingginya produksi limbah tekstil (Kalambura et al., 2020).

Industri fesyen menghasilkan lebih dari 92 juta ton limbah per tahun (Niinimäki et al., 2020). Meskipun limbah tekstil dapat didaur ulang, sekitar 75% dari limbah tersebut berakhir di tempat pembuangan sampah di seluruh dunia (Wagaw & Babu, 2023). Pernyataan ini diperkuat dengan penelitian lain yang menyebutkan bahwa meskipun setiap tahun ada 80 miliar pakaian baru yang diproduksi, hanya 1% yang didaur ulang, dan 73% berakhir di tempat pembuangan sampah (Hassaan et al., 2024).

Berdasarkan data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (2024), limbah tekstil menyumbang 2,53% dari total volume sampah di Indonesia. Meskipun persentasenya terlihat kecil, jumlah pakaian yang dibuang terus meningkat, berkontribusi pada tingginya volume limbah tekstil. Hal ini perlu diperhatikan karena limbah tekstil khususnya limbah kain perca masih sedikit pengolahannya dibandingkan limbah lainnya (Alimin et al., 2024).

Seiring dengan meningkatnya upaya global untuk mengurangi dampak lingkungan akibat limbah tekstil, pemanfaatan kain perca sebagai bahan dasar produk menjadi salah satu alternatif yang inovatif dan berkelanjutan. Melalui kerja sama dengan dosen dan mahasiswa desain interior, Bank Sampah Gulon Asri mengembangkan serta memasarkan produk aksesoris interior berbahan dasar kain perca (Alimin et al., 2024). Inisiatif ini tidak hanya membantu menekan jumlah limbah tekstil, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomis dari material yang sebelumnya dianggap tidak bernilai.

Produk aksesoris interior berbahan kain perca menjadi solusi inovatif dalam mengatasi permasalahan limbah tekstil sekaligus membuka peluang usaha yang lebih berkelanjutan. Dengan mengolah kain perca yang kerap dianggap sebagai limbah, produk yang dihasilkan memiliki nilai estetika serta fungsi yang tinggi.

Kegiatan pengabdian yang berfokus pada pengembangan dan komersialisasi desain produk aksesoris interior berbahan kain perca merupakan kelanjutan dari program sebelumnya (Alimin et al., 2024), yang kini telah memasuki tahap akhir dalam upaya meningkatkan daya jual produk Bank Sampah Gulon Asri. Pada tahap ini, para ibu-ibu yang tergabung dalam bank sampah diberikan pelatihan untuk membuat video tutorial. Video tersebut berfungsi sebagai sarana edukasi mengenai daur ulang limbah kain sekaligus sebagai media promosi bagi produk yang telah dihasilkan oleh bank sampah.

Salah satu strategi yang diterapkan dalam promosi atau memasarkan produk adalah pembuatan konten video Do It Yourself (DIY). Video DIY berfungsi sebagai sarana edukasi dan promosi yang efektif, memberikan panduan langkah demi langkah dalam pembuatan produk dari kain perca. Dengan demikian, masyarakat dapat memahami proses kreatif di balik produk tersebut dan terdorong untuk mendukung atau bahkan terlibat dalam kegiatan serupa. Selain itu, video DIY dapat meningkatkan visibilitas produk di *platform* digital, menarik minat konsumen potensial, dan memperkuat citra positif Bank Sampah Gulon Asri sebagai pelopor dalam pengelolaan limbah tekstil secara kreatif dan berkelanjutan.

Pembuatan video tutorial sebagai media edukasi dan promosi telah terbukti efektif dalam berbagai konteks. Dalam hal edukasi, sejumlah penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan video sebagai media pembelajaran terbukti efektif, terutama dalam menyampaikan materi yang kompleks atau bersifat procedural (Krumm et al., 2022). Dalam hal media promosi, video kampanye untuk kesuksesan *crowdfunding* mengandung instruksi yang jelas, teks yang ringkas dan menggabungkan visual statis dan dinamis (Dey et al., 2017). Video sebagai media promosi juga banyak digunakan sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat pembeli. Biasanya video promosi yang pendek dan kreatif dapat menarik perhatian serta *engagement*. Video tersebut efektif dibagikan menggunakan *platform* daring seperti Youtube, Instagram, dan TikTok (Willis, 2024). Pembuatan video DIY juga dapat dilakukan dengan biaya yang terjangkau menggunakan teknologi yang dimiliki, sehingga diharapkan menjadi solusi yang efisien bagi pelaku usaha kecil atau komunitas seperti Bank Sampah Gulon Asri dalam memasarkan produk mereka.

Secara keseluruhan, kombinasi antara pengembangan produk inovatif dari kain perca dan strategi pemasaran melalui konten video DIY diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Bank Sampah Gulon Asri serta memberdayakan komunitas lokal dalam upaya pengelolaan limbah tekstil yang berkelanjutan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Dalam kegiatan ini, metode pelaksanaan diadaptasi dari konsep metode kreativitas yang dikembangkan oleh Biskjaer, Dalsgaard, dan Halskov (Biskjaer et al., 2017), yang mengidentifikasi sembilan komponen utama dalam menganalisis metode kreativitas dalam desain. Komponen ini mencakup aspek konkret (struktur proses, material, alat), aspek konseptual (kombinasi, metafora, analogi), dan aspek ruang desain (pembingkai, divergensi, konvergensi).

### **1. Concrete Aspect (Aspek Konkret)**

#### **a. Process Structure (Struktur Proses)**

Proses kegiatan dilakukan dalam beberapa tahap utama, yaitu:

- 1) Persiapan
- 2) Eksplorasi dan Ideasi
- 3) Prototipe dan Evaluasi
- 4) Finalisasi dan Komersialisasi

#### **b. Materials (Material)**

#### **c. Tools (Alat)**

### **2. Conceptual Aspects (Aspek Konseptual)**

#### **a. Combination (Kombinasi)**

#### **b. Metaphor (Metafora)**

#### **c. Analogy (Analogi)**

### **3. Design Space Aspects (Aspek Ruang Desain)**

#### **a. Framing (Pembingkai)**

#### **b. Divergence (Divergensi)**

#### **c. Convergence (Konvergensi)**

Dengan menerapkan metode kreativitas ini, kegiatan pengabdian diharapkan dapat menghasilkan produk yang tidak hanya inovatif tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang lebih tinggi bagi komunitas Bank Sampah Gulon Asri.

## PEMBAHASAN

Pada tanggal 11 Juni 2024, di Posyandu Desa Gulon RW 21, workshop yang dihadiri oleh 12 ibu - ibu dari Bank Sampah Gulon Asri sukses menghasilkan berbagai produk aksesoris interior dari limbah kain perca. Rangkaian kegiatan workshop mencakup sosialisasi mengenai ramah lingkungan dengan pemanfaatan limbah kain perca dan strategi pemasaran melalui media sosial. Dilanjutkan dengan pembuatan berbagai produk aksesoris interior dari kain perca, dan pembuatan konten video DIY (*Do It Yourself*) sebagai sarana edukasi dan promosi produk.

Dalam workshop ini, ibu - ibu dibagi menjadi 6 kelompok dengan didampingi oleh dua mahasiswa dan satu dosen untuk membuat produk dari kain perca. Produk - produk yang dihasilkan dari workshop ini diantaranya lampu tidur, *chair pocket*, *storage tissue*, lampu hias gantung, rak gantung, dan *sleeve laptop*. Proses kegiatan dilakukan dalam beberapa tahap yang mengacu pada Sembilan komponen utama yang dikelompokkan ke dalam tiga aspek, yang pertama adalah *Concrete Aspect*, yang meliputi Struktur Proses (*Process Structure*) yang dijelaskan dalam tahapan berikut:

- a. Persiapan: Meliputi identifikasi kebutuhan desain, pengumpulan material limbah kain perca, serta penyusunan materi edukasi terkait pengolahan limbah.
- b. Eksplorasi dan Ideasi: Peserta diperkenalkan dengan teknik eksplorasi ide menggunakan kombinasi material, metafora, dan analogi untuk mengembangkan konsep produk yang inovatif.
- c. Prototipe dan Evaluasi: Peserta membuat model awal produk berdasarkan konsep yang telah dikembangkan, lalu mengevaluasi dan menyempurnakan desainnya.
- d. Finalisasi dan Komersialisasi: Produk yang telah dikembangkan disempurnakan, diabadikan dalam bentuk dokumentasi digital (foto dan video), serta dipromosikan melalui media sosial.

Kemudian dilanjutkan pada tahapan kedua yaitu *Conceptual Aspects* yang dapat dijelaskan juga dalam beberapa tahapan berikut:

- a. Kombinasi (Combination)  
Peserta diajak untuk menggabungkan berbagai elemen desain dari kain perca dengan metode eksperimen kombinasi warna, pola, dan tekstur guna menghasilkan desain produk yang unik.
- b. Metafora (Metaphor)

Peserta didorong untuk menerapkan metafora dalam desain, misalnya pemilihan motif kain yang merepresentasikan keberlanjutan dan daur ulang sebagai simbol kepedulian lingkungan.

c. Analogi (Analogy)

Dalam proses kreatif, analogi digunakan dengan membandingkan desain produk dengan objek lain yang memiliki fungsi serupa, sehingga peserta dapat mengambil inspirasi dari berbagai bentuk dan kegunaan produk yang sudah ada.

Bagian terakhir adalah Aspek Ruang Desain (*Design Space Aspects*) yang meliputi:

a. Pembingkai (Framing)

Peserta diajak memahami permasalahan limbah tekstil dalam cakupan yang lebih luas, termasuk dampak ekologis dan peluang ekonominya.

d. Divergensi (Divergence)

Berbagai ide kreatif dieksplorasi secara luas sebelum dipilih konsep yang paling sesuai untuk dikembangkan lebih lanjut.

e. Konvergensi (Convergence)

Setelah tahap eksplorasi, peserta menyaring dan menentukan konsep terbaik berdasarkan aspek estetika, fungsionalitas, dan potensi pasar.



**Gambar 1. Pelaksanaan Workshop dan produk yang dihasilkan**  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)



**Gambar 2. Pelaksanaan Workshop dan produk yang dihasilkan**  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)



**Gambar 3. Pelaksanaan Workshop dan produk yang dihasilkan**  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk fungsional, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui pengolahan limbah menjadi barang bernilai jual tinggi. Partisipasi aktif dari ibu-ibu Bank Sampah Gulon Asri menciptakan atmosfer yang sangat positif dan bersemangat dalam workshop ini. Mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru tentang pengolahan limbah menjadi produk bernilai, tetapi juga berbagi ide-ide kreatif dalam menghasilkan aksesoris interior yang unik dan ramah lingkungan.



**Gambar 4. Proses Pembuatan Produk**  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Selama proses pembuatan produk, mahasiswa juga mengambil gambar dan merekam aktivitas ibu-ibu yang sedang membuat produk. Video ini akan diedit dan dibagikan melalui media sosial sebagai sarana edukasi dan promosi produk-produk desain interior ramah lingkungan hasil kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan anggota Bank Sampah Gulon Asri.

Hasil dari workshop ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan komunitas lokal tidak hanya berkontribusi pada pengembangan kreativitas dan keterampilan anggotanya, tetapi juga memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk berbasis limbah menjadi produk bernilai. Dengan mengubah limbah menjadi produk bernilai, Bank Sampah Gulon dapat meningkatkan pendapatan dari penjualan produk aksesoris interior ramah lingkungan. Selain itu, melalui konten video DIY yang disebarluaskan melalui media sosial,

workshop ini dapat menjadi model untuk edukasi dan inspirasi bagi masyarakat luas dalam mengadopsi gaya hidup berkelanjutan dan peduli lingkungan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian pengembangan dan komersialisasi desain produk aksesoris interior berbahan baku kain perca sebagai upaya meningkatkan komersialisasi usaha bank sampah Gulon Asri merupakan kegiatan lanjutan dari pengabdian sebelumnya, yang memasuki tahap akhir dari upaya komersialisasi produk bank sampah Gulon Asri. Pada tahap ini ibu-ibu bank sampah diajarkan untuk membuat video tutorial yang dapat dijadikan sarana edukasi tentang daur ulang limbah kain sekaligus sebagai media promosi produk yang dihasilkan bank sampah tersebut. Program pengabdian ini berhasil mengembangkan dan mengomersialisasikan produk aksesoris interior berbahan kain perca melalui keterlibatan komunitas Bank Sampah Gulon Asri. Proses kreatif dan inovatif dalam pengolahan limbah kain perca telah memberikan nilai tambah baik dari segi estetika maupun ekonomi. Selain itu, pelatihan yang diberikan meningkatkan keterampilan peserta dalam memproduksi dan memasarkan produk berbasis daur ulang melalui video tutorial, sehingga mendukung pemberdayaan masyarakat dan pengurangan limbah tekstil.

Saran untuk meningkatkan efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Keterampilan: Mengadakan pelatihan lanjutan untuk memperdalam teknik desain dan produksi, serta strategi pemasaran berbasis digital.
2. Diversifikasi Produk: Mengembangkan variasi produk aksesoris interior agar lebih kompetitif dan sesuai dengan tren pasar.
3. Kolaborasi dan Jaringan: Menjalinkan kemitraan dengan industri kreatif, atau pemerintah untuk mendukung keberlanjutan program dan memperluas pemasaran serta skala produksi.
4. Sosialisasi dan Edukasi: Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap manfaat daur ulang kain perca melalui media sosial dan kampanye lingkungan.
5. Evaluasi Berkala: Melakukan peninjauan berkala terhadap efektivitas program guna meningkatkan keberlanjutan dan dampak sosial-ekonomi yang lebih luas.



## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pengabdian ini terlaksana atas dukungan dari LPPM UNS dalam skema PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT HIBAH GRUP RISET (PKM HGR-UNS) dengan nomor kontrak: 195.1/UN27.22/PT.01.03/2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, N. N., Nadim, N., Adisa, H. P., Murni, E. S., Purwandaru, P., Sulistyono, I. B., & Mulyono, A. (2024). PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN DAN KOMERSIALISASI PRODUK INTERIOR BERBAHAN BAKU LIMBAH KAIN DI BANK SAMPAH GULON ASRI, JEBRES, SURAKARTA. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 78–88.
- Biskjaer, M. M., Dalsgaard, P., & Halskov, K. (2017). Understanding creativity methods in design. *DIS 2017 - Proceedings of the 2017 ACM Conference on Designing Interactive Systems*, 839–851. <https://doi.org/10.1145/3064663.3064692>
- Dey, S., Karahalios, K., Duff, B., & Fu, W.-T. (2017). The art and science of persuasion: Not all crowdfunding campaign videos are the same. *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW*, 755–769. <https://doi.org/10.1145/2998181.2998229>
- Hassaan, S., Rahman, S. A., Baldacci, R., & Menezes, B. C. (2024). Personalized Supply Chain Solutions for Sustainable Fashion: Leveraging Social Media Insights and Machine Learning. In *Computer Aided Chemical Engineering* (Vol. 53). <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-28824-1.50482-8>
- Jannet Camacho Cusicahua, C., Julissa Bruno Chumbirayco, K., Eloisa Arriola Alvarado, C., & Aguirre-Camarena, R. (2024). Impact of Fast Fashion on the Environment: A Systematic Review (2013-2023) | Impacto de la moda rápida en el medio ambiente: Una revisión sistemática, periodo 2013-2023. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology*. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2024.1.1.658>
- Kalambura, S., Pedro, S., & Paixão, S. (2020). Fast fashion – sustainability and climate change: A comparative study of Portugal and Croatia | „schnelle mode” – nachhaltigkeit und klimawandel. Vergleichende forschung in kroatien und portugal | „brza moda” – održivost i klimatske promjene. *Komparativno. Socijalna Ekologija*, 29(2), 269–291. <https://doi.org/10.17234/SocEkol.29.2.6>
- Kementerian Lingkungan Hidup/Badan Pengendalian Lingkungan Hidup. (2024). *Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah Tahun 2024*. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>
- Krumm, I. R., Miles, M. C., Clay, A., Carlos II, W. G., & Adamson, R. (2022). Making Effective Educational Videos for Clinical Teaching. *Chest*, 161(3), 764–772. <https://doi.org/10.1016/j.chest.2021.09.015>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth and Environment*, 1(4), 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Wagaw, T., & Babu, K. M. (2023). Textile Waste Recycling: A Need for a Stringent Paradigm Shift. *AATCC Journal of Research*, 10(6), 376–385. <https://doi.org/10.1177/24723444231188342>

Willis, M. (2024). Short video adverts: A modern and virtual form of advertising. In *Digital Transformation for Fashion and Luxury Brands: Theory and Practice*.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-031-35589-9\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-031-35589-9_6)