Copyright © 2026 pada penulis
Madaniya, Vol. 7, No. 4, November 2026

Peningkatan Literasi *Upcycling* dan Digital Marketing dalam Pengembangan Fashion Ramah Lingkungan di Kota Makassar

Nurlita Pertiwi [1]*, Moh. Ahsan S. Mandra [2], Eka Apriyanti [3], Gufran D. Dirawan [4], Abdul Gafur [5]

[1–5] Program Studi Pendidikan Kependudukan dan Lingkungan Hidup, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar

* nurlita.pertiwi@unm.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan kewirausahaan lulusan SMK melalui pengembangan fashion ramah lingkungan berbasis *upcycling* dan pemasaran digital. Mitra kegiatan adalah Yayasan Adhiputri Makassar yang mengembangkan program kursus menjahit dan akuntansi. Lulusan SMK yang mengikuti kegiatan telah memiliki keterampilan dasar menjahit, tetapi masih menghadapi kendala dalam mengembangkan inovasi produk, memanfaatkan limbah tekstil, dan memasarkan produk secara digital. Kegiatan dilaksanakan melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik *upcycling*, dan pelatihan pemasaran digital. Materi meliputi konsep fashion ramah lingkungan, pemanfaatan limbah pakaian, metode *upcycling*, pengembangan produk, serta strategi pemasaran digital. Evaluasi dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengetahuan tentang fashion ramah lingkungan meningkat dari rata-rata 23,75% menjadi 80%, dengan peningkatan sebesar 56,25 poin. Pengetahuan tentang metode *upcycling* meningkat dari 13,75% menjadi 65%, dengan peningkatan sebesar 51,25 poin. Sementara itu, keterampilan pemasaran digital meningkat dari rata-rata 16,67% menjadi 75%, dengan peningkatan sebesar 58,33 poin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan mampu meningkatkan pemahaman lulusan SMK mengenai pemanfaatan limbah tekstil serta keterampilan dalam mengembangkan dan memasarkan produk fashion ramah lingkungan. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong lulusan SMK memanfaatkan keterampilan menjahit sebagai modal nonfinansial untuk mengembangkan usaha kreatif berbasis *upcycling* yang bernilai ekonomi dan berorientasi pada keberlanjutan lingkungan.

Kata Kunci: *upcycling, fashion ramah lingkungan, lulusan SMK, limbah tekstil, kewirausahaan digital*

Pendahuluan

Pengembangan kewirausahaan bagi generasi muda di Indonesia merupakan salah satu pendukung kemajuan ekonomi nasional. Kewirausahaan tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga mendorong kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan berbagai sumber daya menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi. Dalam

konteks pendidikan vokasi, pengembangan kewirausahaan menjadi semakin penting karena lulusan SMK tidak hanya dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja, tetapi juga memiliki peluang untuk mengembangkan usaha sesuai dengan kompetensi yang dimilikinya.

Secara spesifik, minat berwirausaha bagi lulusan SMK cenderung meningkat. Hasil *Tracer Study* SMK Tahun 2024 menunjukkan bahwa sebesar 23,64% lulusan SMK memilih jalur wirausaha, sedangkan 47,63% bekerja dan 13,37% melanjutkan pendidikan. Nilai tersebut mengalami peningkatan dibandingkan data tahun 2023 yang mencatat sebesar 21,34% lulusan SMK berwirausaha. Data tersebut menunjukkan bahwa hampir seperempat lulusan SMK memilih jalur kewirausahaan. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi yang cukup besar untuk mengembangkan lulusan SMK sebagai pelaku usaha, sekaligus menunjukkan pentingnya penguatan ide bisnis, inovasi produk, pendampingan usaha, pemasaran digital, dan pengembangan keterampilan kewirausahaan. Direktorat SMK juga menempatkan ide bisnis dan inovasi kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pengembangan Proyek Kreatif dan Kewirausahaan SMK (Direktorat Sekolah Menengah Kejuruan, 2026).

Namun demikian, pilihan berwirausaha tersebut belum serta-merta menunjukkan bahwa lulusan SMK memiliki kesiapan yang memadai untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Lulusan SMK, khususnya pada bidang tata busana, telah memiliki keterampilan teknis yang dapat dikembangkan menjadi peluang usaha, tetapi pengembangan kewirausahaan pada era digital juga membutuhkan kemampuan dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi, memahami perkembangan pasar, memanfaatkan teknologi, serta mengelola usaha. (Kusumawati & Erlin Effendi, 2024) menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan, literasi keuangan, dan inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan menghasilkan produk perlu didukung dengan karakter kewirausahaan dan kemampuan pengelolaan usaha agar peluang yang dimiliki dapat berkembang menjadi kegiatan usaha yang berkelanjutan.

Dalam konteks lulusan SMK Tata Busana, pengembangan kewirausahaan juga perlu diarahkan pada kemampuan melihat peluang, mengembangkan kreativitas, menghasilkan inovasi produk, dan memanfaatkan teknologi digital. (Vitariyanti et al., 2024) menunjukkan bahwa pengembangan karier dan minat kewirausahaan lulusan SMK Tata Busana dapat diarahkan pada bidang kewirausahaan fashion dengan penguatan kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian, pengembangan kewirausahaan bagi lulusan SMK perlu diarahkan tidak hanya pada keterampilan menghasilkan produk, tetapi juga pada kemampuan melihat peluang dan mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dalam konteks tersebut, diperlukan perubahan pola pikir dari wirausaha berbasis modal finansial menuju wirausaha berbasis kreativitas dan inovasi. Salah satu alternatif kewirausahaan yang dapat dikembangkan dengan kebutuhan modal awal relatif rendah adalah fashion ramah lingkungan melalui pendekatan *upcycling*. Konsep *upcycling* diterapkan dengan memanfaatkan pakaian bekas, kain perca, sisa tekstil, maupun berbagai material yang sudah tidak dimanfaatkan untuk diolah kembali menjadi produk fashion dengan fungsi, estetika, dan nilai ekonomi yang lebih tinggi. Pendekatan ini merupakan bagian dari praktik fashion berkelanjutan dan ekonomi sirkular yang berupaya

mempertahankan material agar tetap memiliki nilai guna serta mengurangi pola produksi dan konsumsi yang menghasilkan banyak limbah. Kajian mengenai sistem fashion berkelanjutan menunjukkan bahwa reuse, repair, recycling, dan *upcycling* merupakan berbagai strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan material dalam siklus penggunaan dan mengurangi dampak lingkungan dari sistem fashion yang bersifat linear (Choudhry et al., 2026)

Metode *upcycling* yang didukung dengan kreativitas dan keterampilan pelaku wirausaha akan memberikan nilai lebih pada bahan fashion. *Upcycling* tidak hanya mengubah material yang sudah tidak digunakan menjadi produk baru, tetapi juga melibatkan proses kreatif dalam menentukan desain, fungsi, estetika, dan nilai produk. (Painter et al., 2025) menunjukkan bahwa praktik *upcycling* dalam fashion berkaitan dengan proses transformasi material sekaligus proses penciptaan nilai melalui aktivitas manusia dalam menghasilkan produk yang lebih berkelanjutan. Penelitian terbaru oleh (Osman et al., 2026) pada lembaga pendidikan vokasi juga menunjukkan bahwa kegiatan *creative upcycling* dapat membantu peserta mengembangkan keterampilan teknis, desain, dan pemanfaatan material, sekaligus mengubah persepsi terhadap sisa kain dari material yang tidak berguna menjadi sumber daya kreatif yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk dan peluang kewirausahaan.

Mitra kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Yayasan Adhiputri Makassar yang mengembangkan program kursus akuntansi dan menjahit. Mitra memiliki kendala dalam mengembangkan inovasi dan semangat berwirausaha peserta. Peserta telah memiliki keterampilan menjahit, tetapi masih membutuhkan penguatan dalam mengembangkan ide produk yang kreatif dan inovatif sehingga keterampilan tersebut dapat dikembangkan menjadi peluang usaha. Oleh karena itu, tim pengabdi memberikan pengenalan konsep *upcycling* sebagai salah satu bentuk inovasi kewirausahaan yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan. Melalui pendekatan ini, peserta diperkenalkan pada pemanfaatan kembali material sisa, khususnya limbah kain dari proses menjahit, menjadi produk baru yang memiliki nilai estetika dan nilai ekonomi lebih tinggi. Konsep *upcycling* diharapkan mampu membuka wawasan peserta bahwa keterampilan menjahit tidak hanya menghasilkan produk berdasarkan pesanan, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi usaha kreatif berbasis inovasi dan kepedulian terhadap lingkungan. Pendekatan tersebut juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengembangkan kreativitas melalui proses memilih material, menentukan desain, dan menghasilkan produk dengan nilai tambah.

Selain pengembangan ide produk, peserta juga diberikan pembekalan mengenai strategi pemasaran digital sederhana yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha. Materi yang diberikan meliputi pengenalan media sosial sebagai sarana promosi, teknik pengambilan foto produk yang menarik, penyusunan konten pemasaran, serta pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Pembekalan tersebut penting karena pengembangan kewirausahaan fashion pada era digital tidak hanya membutuhkan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk memperkenalkan dan memasarkan produk. (Widyastuti & Saifudin, 2026)) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan penggunaan *online marketplace* dapat meningkatkan literasi digital, praktik pemasaran digital, pemanfaatan *marketplace*, kinerja penjualan daring, dan daya saing usaha.

Dengan adanya pendampingan ini, peserta diharapkan memiliki kemampuan dasar dalam mengombinasikan keterampilan produksi, kreativitas desain, dan strategi pemasaran sehingga mampu membangun usaha mandiri yang lebih kompetitif. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada transfer keterampilan, tetapi diarahkan untuk mendorong pengembangan usaha fashion ramah lingkungan. Pemanfaatan limbah kain melalui pendekatan *upcycling* diharapkan dapat menjadi alternatif dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah, mengembangkan kreativitas peserta, serta membuka peluang kewirausahaan berbasis keterampilan menjahit dan kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2026 dengan melibatkan 20 orang alumni SMK dan juga sedang mengikuti pengembangan keterampilan menjahit pada Yayasan Adhiputri Makassar. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tiga tahapan yang diawali dengan persiapan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi. Secara rinci uraian pelaksanaan kegiatan terungkap pada tabel 1.

***Tabel 1**. Tahapan Kegiatan*

Kegiatan	Uraian	Waktu dan tempat kegiatan
Persiapan	Penyepakatan tanggal kegiatan pelatihan serta persiapan alat dan bahan.	Sekretariat Yayasan Adhiputri Makassar, 20 Juli 2026
Pelaksanaan Kegiatan	1. Penjelasan tentang permasalahan lingkungan akibat semakin banyaknya limbah. 2. Penjelasan tentang berbagai pola *upcycling* untuk menghasilkan fashion ramah lingkungan 3. Edukasi tentang pemanfaatan digital marketing pada promosi fashion ramah lingkngngan	Sekretariat Yayasan Adhiputri Makassar, 3 Agustus 2026, Jam 09.00 – 12.00
Evaluasi kegiatan	Pengukuran pengetahuan peserta tentang fashion ramah lingkungan dan pemasaran digital. Pengukuran dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil penilaian pengetahuan ditampilkan dalam bentuk nilai 0–100 berdasarkan persentase peserta yang menjawab benar.	Sekretariat Yayasan Adhiputri Makassar, 3 Agustus 2026, Jam 09.00 – 12.00

Hasil dan Pembahasan

Persiapan

Kegiatan persiapan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan koordinasi antara tim pengabdi dan mitra kegiatan, yaitu Yayasan Adhiputri Makassar. Koordinasi ini bertujuan untuk menyamakan persepsi terkait tujuan kegiatan, bentuk pelaksanaan, kebutuhan peserta, serta kesiapan sarana dan prasarana yang akan digunakan selama kegiatan berlangsung.

Pada tahap awal, tim pengabdi melakukan identifikasi kondisi dan kebutuhan mitra, khususnya terkait kemampuan peserta didik dalam mengembangkan kreativitas fashion serta pemanfaatan media pemasaran digital. Selanjutnya, tim pengabdi menyusun materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Materi yang dipersiapkan meliputi konsep dasar upcycling sebagai pendekatan pengolahan kembali material bekas menjadi produk fashion yang memiliki nilai estetika dan ekonomi, teknik pengembangan ide desain ramah lingkungan, serta strategi digital marketing sederhana melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk.



***Gambar 1**. Proses upcycling dua jilbab menjadi kardigan sebagai produk fashion ramah lingkungan*

Selain persiapan materi, tim pengabdi juga melakukan perencanaan teknis pelaksanaan kegiatan yang mencakup penentuan waktu dan lokasi kegiatan, pembagian tugas antaranggota tim, kesiapan alat dan bahan praktik, serta penyusunan instrumen evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta sebelum dan setelah kegiatan. Koordinasi dengan pihak mitra dilakukan secara berkelanjutan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan efektif dan memberikan manfaat yang optimal.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dengan tiga tahapan yaitu:

1. *Edukasi lingkungan tentang reduksi limbah*

Kegiatan edukasi lingkungan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya pengelolaan limbah, khususnya limbah tekstil yang semakin

meningkat akibat perkembangan industri fashion. Pada kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai dampak negatif limbah terhadap lingkungan, seperti peningkatan volume sampah, pencemaran tanah dan air, serta penggunaan sumber daya alam yang tidak efisien dalam proses produksi pakaian baru. Tim pengabdi memperkenalkan konsep *upcycling* sebagai salah satu solusi kreatif dalam mengolah pakaian atau bahan tekstil yang sudah tidak terpakai menjadi produk baru dengan nilai fungsi, estetika, dan ekonomi yang lebih tinggi.

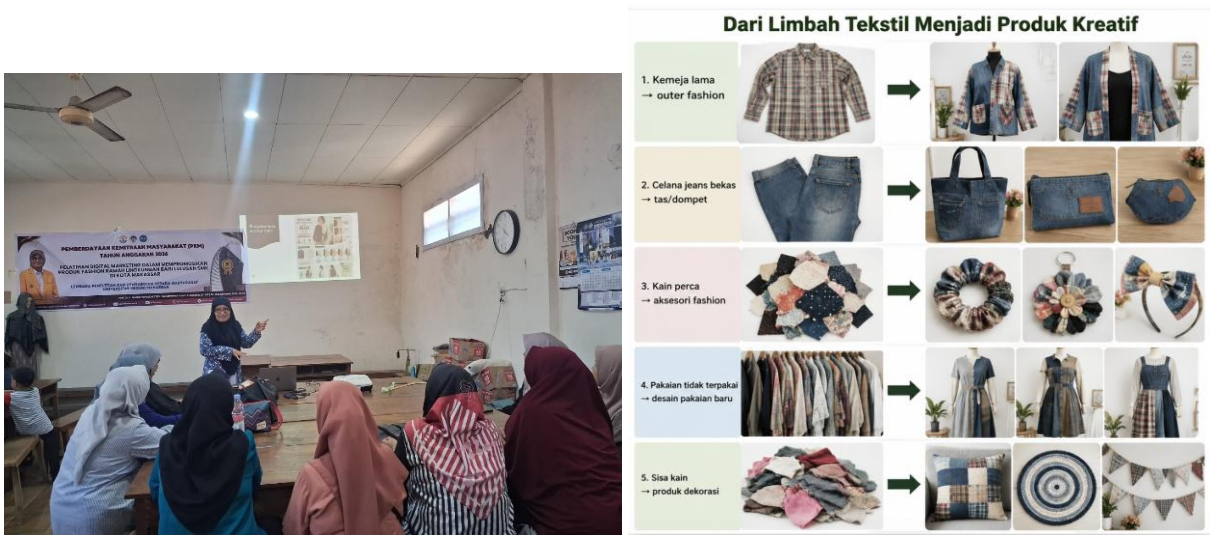
Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama mengikuti penyampaian materi mengenai *upcycling* sebagai salah satu strategi pengurangan limbah tekstil dan pengembangan fashion ramah lingkungan. Selama kegiatan berlangsung, peserta aktif menyimak materi yang diberikan serta terlibat dalam diskusi mengenai berbagai kemungkinan pemanfaatan kembali bahan atau produk yang sudah tidak digunakan.



***Gambar 2**. Penyampaian Materi mengenai Strategi Marketing Digital*

2. *Edukasi tentang metode upcycling*

Pada edukasi ini, tim PKM memberikan berbagai metode upcycling yaitu Redesign, patchwork, rekonstruksi, kombimasi dan transformasi fungsi.



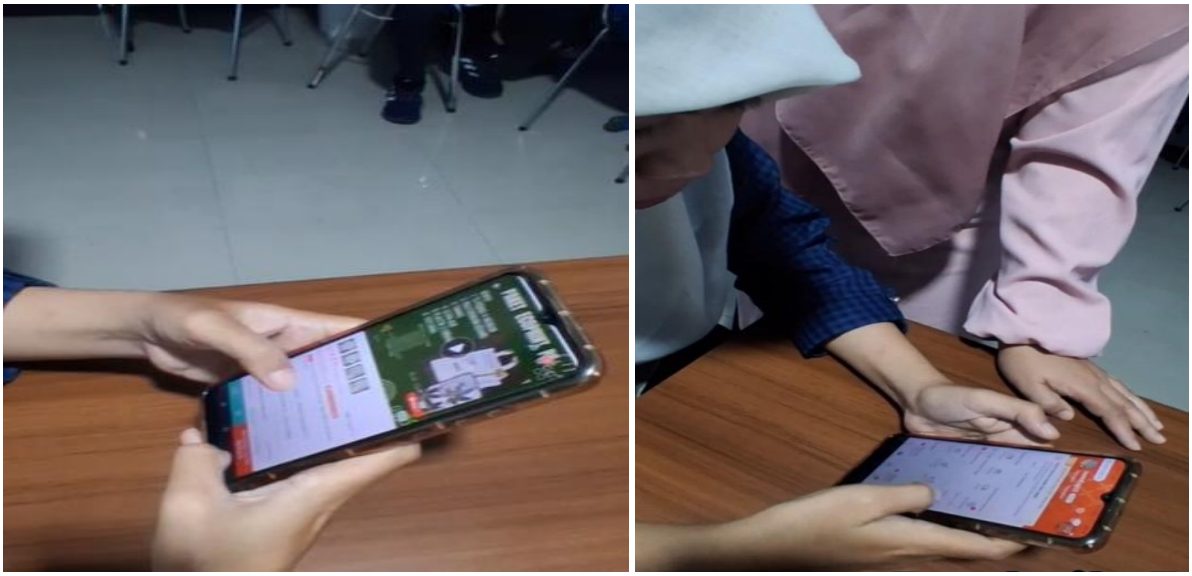
***Gambar 3**. Penyampaian materi mengenai metode upcycling*

3. Pelatihan pemasaran digital

Pada kegiatan ini, peserta diperkenalkan dengan konsep pemasaran digital sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, serta memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan usaha.

Materi pelatihan diawali dengan pengenalan berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk promosi dan penjualan produk, salah satunya adalah **Shopee** sebagai salah satu platform *e-commerce* yang banyak digunakan oleh masyarakat. Peserta diberikan pemahaman mengenai manfaat memiliki toko online, seperti kemudahan menjangkau konsumen yang lebih luas, pengelolaan katalog produk secara digital, serta peluang peningkatan penjualan tanpa terbatas oleh lokasi.

Dalam kegiatan praktik, peserta dibimbing untuk membuat akun dan mengenal tahapan pembuatan toko Shopee, meliputi: pendaftaran akun penjual;pengaturan profil toko; pembuatan nama dan identitas toko; pengunggahan foto produk; penyusunan deskripsi produk yang menarik; penentuan harga dan variasi produk; pengaturan metode pengiriman; dan pengelolaan pesanan dari pelanggan.



***Gambar 4**. Praktik Promosi Digital*

Selain aspek teknis, peserta juga diberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, seperti pentingnya penggunaan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi yang informatif, pemanfaatan kata kunci pencarian. Peserta diarahkan untuk menampilkan keunikan produk upcycling sebagai produk fashion yang tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga membawa pesan kepedulian terhadap lingkungan.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme dalam mengikuti praktik pembuatan toko Shopee dan aktif berdiskusi mengenai cara memasarkan produk yang telah mereka kembangkan. Peserta mulai memahami bahwa kemampuan digital marketing menjadi bagian penting dalam mendukung keberlanjutan usaha fashion ramah lingkungan, sehingga produk kreatif yang dihasilkan dapat dikenal oleh pasar yang lebih luas.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti kegiatan mengenai fashion ramah lingkungan dan upcycling. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test* pada beberapa materi yang diberikan, meliputi dampak limbah kain terhadap kerusakan lingkungan, peluang pemanfaatan limbah pakaian, jenis bahan fashion ramah lingkungan, serta nilai jual pakaian hasil *upcycling*. Hasil evaluasi disajikan pada Tabel 2.

***Tabel 2**. Peningkatan Pengetahuan Peserta Tentang Fashion Ramah Lingkungan*

No.	Materi yang Dievaluasi	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan (poin)
1	Dampak limbah kain terhadap kerusakan lingkungan	45	90	45
2	Peluang pemanfaatan limbah pakaian	20	85	65
3	Jenis bahan fashion ramah lingkungan	15	85	70
4	Nilai jual pakaian hasil upcycling	15	60	45
Rata-rata		23,75	80	56,25

Tabel 2 menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta pada seluruh materi yang dievaluasi. Nilai rata-rata meningkat dari 23,75% pada *pre-test* menjadi 80% pada *post-test*, dengan peningkatan sebesar 56,25 poin. Peningkatan tertinggi terdapat pada materi jenis bahan fashion ramah lingkungan, yaitu sebesar 70 poin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai fashion ramah lingkungan dan pemanfaatan limbah melalui *upcycling*.

***Tabel 3**. Peningkatan Pengetahuan Peserta Tentang Metode Upcycling*

No.	Materi yang Dievaluasi	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan (poin)
1	Tujuan penerapan upcycling	10	60	50
2	Perbedaan recycling dan upcycling	20	60	40
3	Metode patchwork dalam upcycling	15	80	65
4	Jenis kain yang mudah di-upcycling	10	60	50
Rata-rata		13,75	65	51,25

Tabel 3 menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta pada seluruh materi metode *upcycling*. Nilai rata-rata meningkat dari 13,75% pada *pre-test* menjadi 65% pada *post-test*, dengan peningkatan sebesar 51,25 poin. Peningkatan tertinggi terdapat pada materi metode *patchwork* dalam *upcycling*, yaitu sebesar 65 poin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dan penerapan metode *upcycling*.

***Tabel 4**. Peningkatan Keterampilan Peserta Tentang Pemasaran Digital*

No.	Materi yang Dievaluasi	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan (poin)
1	Pembuatan akun shopee	15	80	50
2	Pembuatan foto produk yang menarik	25	85	40
3	Pembuatan pesan kepedulian lingkungan	10	60	65
Rata-rata		16.67	75	58.33

Tabel 4 menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam pemasaran digital setelah mengikuti kegiatan. Nilai rata-rata peserta meningkat dari 16,67% pada *pre-test* menjadi 75% pada *post-test*, dengan peningkatan sebesar 58,33 poin. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital untuk mendukung pemasaran produk.

Pembahasan

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pola edukasi dan pelatihan serta pendampingan efektif dalam membantu mitra memahami berbagai ide pembuatan fashion ramah lingkungan. Demikian pula dengan peningkatan keterampilan peserta dalam pembuatan media pemasaran ramah lingkungan. Peningkatan pemahaman mengenai *upcycling* menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa limbah kain dan pakaian yang sudah tidak digunakan masih dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk menghasilkan produk baru yang memiliki nilai guna dan nilai ekonomi. Bagi lulusan SMK yang telah memiliki keterampilan dasar menjahit, pemanfaatan material sisa melalui *upcycling* dapat menjadi alternatif untuk mengembangkan kreativitas produk sekaligus menjadi modal nonfinansial dalam memulai usaha.

Hasil tersebut juga sejalan dengan (Hartini et al., 2021) melalui pelatihan pembuatan pot bunga dengan bahan dasar kain bekas. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa kain bekas dapat dimanfaatkan melalui keterampilan praktis untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai guna. Pengalaman tersebut memperkuat bahwa pemanfaatan kain bekas dapat menjadi salah satu pendekatan dalam mengembangkan kreativitas masyarakat sekaligus mengurangi material yang terbuang.

Pengalaman praktik dalam kegiatan juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengembangkan ide desain, memilih material, serta memahami bahwa proses *upcycling* tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan limbah, tetapi juga membutuhkan kreativitas dan keterampilan dalam menghasilkan produk yang menarik dan memiliki nilai jual. (Osman et al., 2026) menunjukkan bahwa kegiatan *creative upcycling* pada lembaga pendidikan vokasi dapat membantu peserta mengembangkan keterampilan teknis dan desain serta mengubah persepsi terhadap limbah tekstil menjadi sumber daya kreatif yang dapat dimanfaatkan. Hasil tersebut memperkuat bahwa *upcycling* dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk menghubungkan keterampilan vokasional, kepedulian lingkungan, kreativitas, dan peluang kewirausahaan.

Pemanfaatan material tekstil melalui *upcycling* juga relevan dalam konteks *sustainable fashion*. (Ferayanti et al., 2025) menunjukkan bahwa limbah denim dapat diolah menjadi produk *fashion* yang tidak hanya memiliki daya tarik visual, tetapi juga mendukung prinsip *sustainable fashion*. Penggunaan prinsip *reduce, reuse,* dan *recycle* dalam proses tersebut menjadi salah satu pendekatan untuk mengurangi dampak negatif limbah tekstil sekaligus menghasilkan produk yang estetis dan fungsional. Sentosa et al. (2025) menunjukkan bahwa produk *upcycling* yang dibuat oleh siswa pendidikan vokasi dapat dikembangkan melalui penambahan elemen dekoratif untuk meningkatkan aspek estetika. Penelitian tersebut memperoleh penilaian sangat baik pada aspek bentuk/penampilan sebesar 91,75% dan aspek penampilan/presentasi sebesar 96,3%, dengan nilai rata-rata estetika sebesar 94,25%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan limbah tekstil tidak berhenti pada proses mengubah material bekas menjadi produk baru, tetapi perlu disertai

pengembangan desain, teknik, dan estetika agar produk memiliki daya tarik yang lebih tinggi.

Pelaksanaan edukasi lingkungan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh penyampaian materi, tetapi juga melalui keterlibatan aktif peserta dalam memahami masalah dan mempraktikkan solusi lingkungan. (Pertiwi et al., 2024) menunjukkan bahwa edukasi pengelolaan sampah melalui penyampaian informasi, diskusi, dan evaluasi mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pengelolaan sampah organik dan anorganik. Pendekatan serupa diterapkan dalam berbagai kegiatan pemberdayaan lingkungan melalui pengolahan limbah organik, teknologi pertanian ramah lingkungan, dan edukasi perubahan iklim yang menekankan aspek pengetahuan, keterampilan, serta perubahan perilaku.

Dari perspektif pemberdayaan, kegiatan ini telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam membuat media pemasaran digital. Hal ini berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas peserta dalam mengembangkan potensi usaha secara mandiri, memperluas jangkauan pemasaran produk, serta meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya memahami konsep dasar pemasaran digital, tetapi juga mampu menerapkan strategi sederhana seperti pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, dan pemanfaatan platform digital sebagai sarana memperkenalkan produk ramah lingkungan kepada masyarakat yang lebih luas. Dengan demikian, kegiatan ini mendukung terbentuknya kemandirian ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi, sekaligus memperkuat penerapan konsep kewirausahaan berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Secara keseluruhan, integrasi antara keterampilan menjahit, *upcycling*, dan pemasaran digital memberikan peluang bagi lulusan SMK untuk mengembangkan keterampilan yang telah dimiliki menjadi produk dan usaha yang lebih inovatif. *Upcycling* memberikan alternatif dalam menghasilkan produk fashion dengan memanfaatkan material yang tersedia, sedangkan pemasaran digital mendukung pengenalan dan perluasan pasar produk. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan masih diperlukan untuk memperkuat kemampuan peserta dalam pengembangan desain, penentuan harga, branding, pengelolaan usaha, dan pemasaran sehingga keterampilan yang diperoleh dapat berkembang menjadi usaha fashion ramah lingkungan yang berkelanjutan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan peningkatan kesadaran alumni SMK dalam memanfaatkan bahan tak terpakai menjadi bahan bernilai ekonomi dengan metode *upcycling*. Selanjutnya, peserta juga mendapatkan pengetahuan tentang pola pemasaran digital dalam mempromosikan produk upcycling. Hasil evaluis kegitaan menunjukkan adanua peningkatan pengetahan dan keterampilan peserta dalam membuat dan memasarkan produk fashion ramah lingkungan. Secara teoritik, kegiatan ini memperkuat konsep transfer pengetahuan dan keterampulan bagi lulusan SMK. Dengan demikian, kepercayaan diri peserta untuk menghasilkan produk fashion ramah lingkungan semakin meningkat. Untuk keberlanjutan, kegiatan berikutnya disarankan diarahkan bagi peserta

untuk membuat grup sebagai media interaksi dan motivasi dalam produksi fashion ramah lingkungan.

Ucapan Terimakasih

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Negeri Makassar yang telah mengalokasikan dana PNBP Tahun Anggaran 2026, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Negeri Makassar atas dukungan, fasilitasi, dan pendampingan selama pelaksanaan kegiatan. Penghargaan dan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Yayasan Adhiputri Makassar yang telah memfasilitasi kegiatan pelatihan ini.

Referensi

Sentosa, S. A. Q., Listiani, S., & Suryawati. (2025). Aesthetic assessments of upcycled products made by fashion design student. *Practice of Fashion and Textile Education Journal*, *5*(1), 27–34.

Ferayanti, O. A., Zahirah, F. W., & Kristiyanto, P. N. (2025). Sustainable fashion melalui upcycling limbah denim dengan teknik pewarnaan tekstil ramah lingkungan. *Ornamen: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni Kriya*, *22*(1), 1–17.

Choudhry, N., Badhwar, A., Islam, S., Rodriguez, C. Q., & Panwar, T. (2026). Digital Waste in Fashion: The Overlooked Circularity Challenge. *Circular Economy and Sustainability, 6*(4). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/s43615-026-01059-y

Direktorat Sekolah Menengah Kejuruan. (2026). *Membangun SMK Unggul dan Relevan melalui Sinkronisasi dan Harmonisasi Program Pengembangan SMK 2025*. Kementerian Pendidikan Dasar Dan Menengah.

Hartini, H.-, Alang, H., & Apriyanti, E. (2021). Pelatihan Pembuatan Pot Bunga Dengan Bahan Dasar Kain Bekas di Desa Kindang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 123–130. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.924

Kusumawati, D., & Effendi, D. E. (2024). The effect of financial literacy, entrepreneurial characteristics, and financial inclusion on business performance. *Journal of Management and Entrepreneurship Research*, *6*(5), 1–49. https://doi.org/10.34001/jmer.2024.6.05.1-49

Osman, S. G., Adom, D., Navei, N., & Adu-Agyem, J. (2026). Creative upcycling as a pedagogical strategy for textile waste management at Bawku Technical Institute in Ghana. *Discover Environment*, *4*(1). https://doi.org/10.1007/s44274-026-00766-5

Painter, M., Hiller, A., & Oehlmann, J. (2025). Upcycling Agency: Material and Human Transformation for Sustainability in Fashion. *Journal of Business Ethics*, *196*(4), 827–843. https://doi.org/10.1007/s10551-024-05878-7

Pertiwi, N., Ahmad, I. A., Taufieq, N. A. S., Dirawan, G. D., & Andayani, D. D. (2024). Edukasi pengelolaan sampah sebagai upaya antisipasi kota darurat sampah. *IPTEK: Jurnal Hasil Pengabdian kepada Masyarakat*, *4*(1), 43–50. https://doi.org/10.26858/iptek.v4i1.65400

Vitariyanti, D., Cahyono, B. T., Pambudi, N. A., Efendi, A., Pendidikan, M., & Vokasi, G. (2024). Entrepreneurial Interest and Career Development of Vocational High School Graduates Fashion Design in the Digital Era. *Indonesian Journal of Learning and Instructional Innovation, 2*(1). https://journal.uns.ac.id/ijolii76

Widyastuti, E., & Saifudin, S. (2026). From traditional to digital: Strengthening MSME marketing through online marketplace training in Salatiga. *Penamas: Journal of Community Service*, *6*(2), 451–459. https://doi.org/10.53088/penamas.v6i2.3072