

Transformasi Digital untuk Pemberdayaan Masyarakat UMKM Penjahit

Muhammad Iqbal Baharuddin¹, Afifatul Sholikhah^{1*}

¹Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

Abstrak

Kemajuan era digital saat ini sangat pesat dalam semua sektor, terlebih dari sektor industri. Persaingan digital dimasa sekarang saat tumpang tindih antar satu UMKM dengan yang lainnya, dikarenakan pemerataan pengetahuan tentang digitalisasi dalam sektor ini belum merata, tidak semua pelaku usaha memahami tentang digitalisasi untuk usaha mereka. Salah satu nya usaha penjahit pakaian "An-Nur" yang dimiliki oleh Ibu Ida yang berada di desa Punggul, Kecamatan Gedangan yang telah didirikan sejak tahun 2013. Tujuan pengabdian masyarakat ini untuk membantu UMKM An-Nur bisa bersaing dengan UMKM lain nya yang telah lebih dahulu memanfaatkan kemajuan digital. Pada pengabdian masyarakat ini metode yang digunakan adalah observasi, wawancara dan pelatihan terhadap penggunaan digital untuk melakukan pemasaran produk yang akan dijual.

Kata kunci

Digitalisasi UMKM; Pelatihan pemasaran digital; Pemberdayaan penjahit; Pengabdian masyarakat

Abstract

The progress of the digital era is currently very rapid in all sectors, especially in the industrial sector. Digital competition today overlaps between one MSME and another, because the distribution of knowledge about digitalization in this sector is not yet evenly distributed, not all business actors understand digitalization for their business. One of them is the clothing tailoring business "An-Nur" owned by Mrs. Ida in Punggul Village, Gedangan District which has been established since 2013. The purpose of this community service is to help MSME An-Nur compete with other MSMEs that have already utilized digital advances. In this community service, the methods used are observation, interviews, and training on the use of digital to market products to be sold.

Keywords

Digitalization of MSMEs; Digital marketing training; Empowerment of tailors; Community service

Pendahuluan

Persaingan dalam usaha industri saat ini sangatlah tinggi, kemajuan teknologi digital saat ini membuat banyak orang menghabiskan waktu dengan bermain dengan *handphone* serta sosial medianya, hal tersebut membuat para pelaku berbondong-bondong memasarkan produknya secara daring di berbagai platform sosial media serta *marketplace*. Akan tetapi tidak semua para pelaku bisnis memahami cara pemasaran produk melalui sistem daring. Media sosial, sebagai platform virtual, memainkan peran penting dalam memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri, berinteraksi dengan orang lain, berkolaborasi, berbagi informasi, dan berkomunikasi (Keles, McCrae and Grealish, 2020).

Digitalisasi adalah suatu proses konversi dari teknologi analog ke teknologi digital, atau penggunaan teknologi dan data digital untuk meningkatkan kinerja, efisiensi, atau model bisnis. Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara perusahaan menjalankan operasinya, di mana teknologi memainkan peran kunci dalam meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kualitas proses bisnis (Marlina, Nurfadilah and Ulinuha, 2023). Perkembangan digital khususnya dalam hal pemasaran bisnis secara daring saat ini membuat perputaran ekonomi sangat lah cepat. Serta secara tidak langsung membuat segmentasi pasar tersendiri secara *online* yang terdiri dari para pelaku usaha kecil hingga besar. Akan tetapi dari pesatnya perkembangan era digital saat ini masih ada banyak pelaku usaha yang belum menggunakan digitalisasi sebagai sarana pemasaran mereka dikarenakan minimnya pengetahuan tentang hal ini.

Lokasi pengabdian masyarakat ini berada di Desa Punggul, Kecamatan Gedangan. Pada desa punggul sendiri banyak pelaku usaha industri jahit topi dan pakaian. Setelah dilakukan survey di beberapa usaha di Desa Punggul, pengabdian tertarik dengan usaha jahit pakaian milik Ibu Ida dikarenakan usaha yang sudah dirintis sejak lama dan belum pernah melakukan bisnis secara digital. Kegiatan ini bertujuan agar pelaku UMKM dapat melekat teknologi yang sekarang sudah sangat berkembang agar tidak tertinggal serta mengetahui perkembangan bisnis untuk masa yang akan datang.

Desa Punggul yang berada di kecamatan Gedangan ini merupakan salah satu sentra industri topi, banyak warga desa punggul yang memiliki usaha pembuatan topi, sedangkan para pengrajin penjahit pakaian hanya segelintir orang, salah satunya Ibu Ida, pemilik UMKM penjahit pakaian 'An-Nur'. Beliau memproduksi pakaian perempuan yang dimana proses pembuatannya menunggu pesanan dari pembeli dengan kisaran waktu pembuatan 3-7 hari, tergantung dari jenis dan banyaknya pesanan. Jasa adalah merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Pada proses produksinya beliau memasang tarif sekitar 70-150 untuk jasa pembuatan bajunya, harga tersebut tergantung dari model pakaian yg di pesan. Harga tersebut belum termasuk dengan bahan pakaiannya, Ibu Ida biasanya membeli sendiri bahan untuk pesanan pakaiannya, sesuai dengan apa yg di minta oleh para pembeli. Pada usahanya, Ibu Ida juga membeli bahan dan membuat stock untuk pakaian jadi, yang dimana ada pengunjung yang mencari pakaian jadi, beliau sudah menyiapkan beberapa pakaian jadi untuk stock tersebut.

Pada pengabdian masyarakat kali ini, pemberdayaan usaha ini akan dilakukan dengan pembuatan akun Facebook, instagram dan shopee untuk jasa jahit dan pakaian yang sudah jadi, hal tersebut akan di mulai dari nol, dikarenakan pelaku usaha belum pernah membuat akun sosial media sama sekali. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Kita akan membantu pemilik usaha dari pembuatan logo, label tag serta promosi di beberapa *platform* sosial media.

Pengabdian memilih platform facebook, instagram dan shopee sebagai sarana penjualan UMKM ini dikarenakan ketiga platform tersebut memiliki sangat banyak *user* (pengguna) baik pengguna yang memakai sosial media sebagai sarana bercengkrama atau mencari hiburan dan tentu ada juga yang menjadikannya sebagai sarana promosi dan penjualan produk usahanya. Media sosial membuka kesempatan setiap individu yang terlibat di dalamnya untuk mengeluarkan pendapatnya secara bebas. Termasuk di dunia bisnis, pemasaran sosial menyampaikan produk secara sosial dengan melibatkan pertimbangan perencanaan produk, harga, komunikasi, distribusi, dan riset pemasaran.

Pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan sukarela yang dilakukan untuk membalas budi kepada masyarakat sekitar dan masyarakat luas (FD, Muslimatun and Damayanti G, 2019). Ada beberapa aspek dalam pengabdian kepada masyarakat yang harus dilakukan untuk terciptanya masyarakat yang beradab yakni aspek dalam segi budaya, karakter dan pola pikir (Firdaus *et al.*, 2022). Pengabdian masyarakat di Sidoarjo berupa optimalisasi peran mahasiswa dalam peningkatan kewirausahaan santriwati melalui kegiatan bazar berkah (Chodija *et al.*, 2023) dan pengabdian masyarakat penyaringan air menggunakan alat sederhana untuk meningkatkan kejernihan air (Anugrah *et al.*, 2023) telah dilaksanakan. Namun, pengabdian masyarakat terkait transformasi digital untuk pemberdayaan masyarakat UMKM penjahit belum banyak dilakukan.

Oleh karena itu, tujuan dari pengabdian masyarakat kali ini membantu pemilik usaha jahit pakaian An-Nur agar bisa berkembang dan bersaing khususnya dalam pemasaran secara digitalisasi serta membantu pembuatan logo dan label tag untuk produknya agar lebih menarik perhatian konsumen. Melalui adanya pengabdian masyarakat ini harapannya usaha yang di jalani Ibu Ida mendapatkan peningkatan dalam segi pendapatan serta bisa menjadi motivasi bagi warga di sekitar untuk memulai melakukan wirausaha agar dapat meningkatkan perekonomian desa punggul.

Metode

Metode yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana pengabdian adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Pengabdian masyarakat tersebut bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang ada pada pemilik usaha. Metode kegiatan yang digunakan yakni:

1. Observasi
Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Pada hal ini dilakukan karena untuk mendapatkan gambaran secara garis besar permasalahan yang di alami oleh pelaku usaha UMKM terhadap peran digitalisasi terhadap usahanya.
2. Wawancara
Wawancara merupakan komunikasi dua arah antara penulis dan pelaku usaha yang nantinya berguna untuk mendapatkan informasi yang berguna untuk mensukseskan pengabdian masyarakat ini.
3. Pelatihan
Pelatihan merupakan upaya untuk mengembangkan sumber daya manusia terutama untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian manusia. Pada hal ini pengabdian memberi penyuluhan dalam pembuatan akun sosial media facebook, instagram dan shopee untuk pemasaran produk dan jasanya agar dapat lebih banyak konsumen yang bisa di jangkau

Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukannya survey di Desa Punggul pada tanggal 29-12-2023 untuk mencari UMKM yang memerlukan bantuan dalam hal digitalisasi produk yang dijual yaitu UMKM penjahit pakaian dimana masih minimnya pengetahuan digitalisasi dan belum mengetahui bagaimana cara melakukan pemasaran produk secara online, dan pengabdian akan membantu dan mendampingi UMKM penjahit pakaian tersebut untuk memasarkan produknya secara online.

Pada hari senin tanggal 01-01-2024 dimulailah wawancara terhadap pelaku UMKM yang dimana didapatkan informasi kalau usahanya sudah berdiri sejak 2011. Usaha jahit pakaian ini merupakan usaha lanjutan dari mendiang Ibu Ida. Untuk proses pemesanan di tempat UMKM ini biasanya dilakukan secara datang langsung di kediaman Ibu Ida atau melalui panggilan telepon. Usaha Ibu Ida ini terbilang cukup terkenal di sekitar kampung akan tetapi pemilik UMKM mengaku belum pernah melakukan promosi produk dan jasanya di sosial media ataupun *marketplace*. Oleh karena itu pengabdian akan membantu pemilik UMKM membuat akun sosial media dan melakukan kegiatan pemasaran

secara online agar bisa menjangkau konsumen lebih banyak dan bisa bersaing dengan pemilik usaha sejenis yang terlebih dulu memasarkan produknya secara online.

Pada tanggal 01-01-2023 dimulainya sosialisasi dan pembuatan logo dan label tag untuk pakaian jadi terlebih dahulu, yang nantinya bisa di pakai untuk pembuatan akun social media agar terlihat lebih menarik. Pembuatan logo bertujuan agar produk yang dipasarkan memiliki identitas dan menjadi pembeda dengan yang lain nya. Sama hal nya dengan logo, lebel tag juga dibuat agar pakaian yang telah di produksi memiliki identitas dan tidak di klaim oleh orang lain seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Contoh Label dan Logo

Melalui dibuat nya logo harapannya bisa membuat tampilan menjadi lebih baik dan bisa menarik minat orang untuk memesan pakaian. Pemesanan logo dilakukann secara online di sebuah *marketplace* yang nanti akan pengabdikan kepada pemilik UMKM ketika pesanan telah selesai seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.

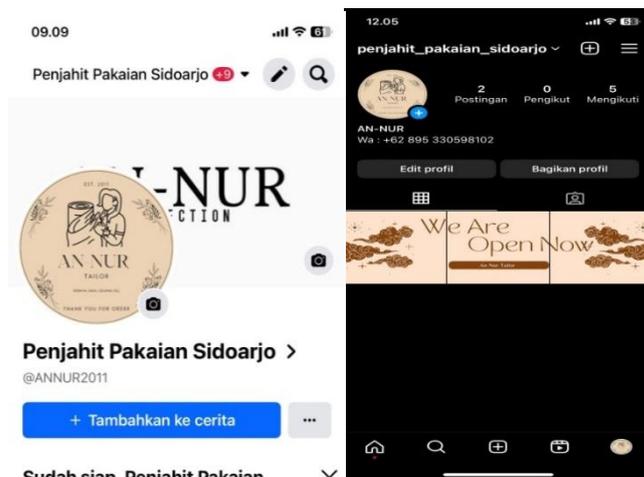


Gambar 2. Contoh Lebel Jadi dan Bukti Pemesanan Label Lewat Market Place

Setelah selesainya pembuat logo, pengabdikan membuat akun social media facebook serta instagram yang nanti akan digunakan untuk salah satu sarana pemasaran. Pengabdikan menggunakan kedua social media tersebut dikarenakan saat ini banyak pengguna *smartphone* yang menggunakan media social tersebut, baik dari kalangan muda hingga tua, dari yang sekedar mencari hiburan hingga memasarkan produk atau jasa semua bisa dilakukan di media social tersebut seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.

Social media nya dibuat baru karena pemilik usaha UMKM belum pernah membuat social media tersebut untuk bisnisnya. Pembuatan social media nya berdasarkan nama yang sama yang digunakan oleh pemilik UMKM. Melalui seizin pemilik UMKM, pengabdikan mencantumkan nomer telpon di bio social media akun tersebut agar memudahkan para pengunjung yang ingin memesan atau sekedar tanya-tanya pada pemilik usaha. Setelah itu pengabdikan membantu untuk membuat konten foto terhadap stock pakaian jadi yang nanti nya bisa digunakan untuk mengisi beranda facebook

dan instagram nya, dalam hal ini pengabdian memberikan penyuluhan dan saran, saat pemilik UMKM sudah lihai dalam penggunaan sosial mediana agar melakukan promosi berbayar di instagram agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak lagi untuk melihat isi konten yang sudah di upload



Gambar 3. Akun Social Media Facebook dan Instagram

Selain kedua akun social media tersebut, pengabdian juga membuatkan akun shopee untuk penjualan pakaian jadinya. Shopee dipilih karena saat ini merupakan salah satu *marketplace* yang digemari untuk belanja online. Jadi pengabdian memberikan beberapa penyuluhan terhadap cara penggunaan shopee.



Gambar 4. Akun Shopee

Dari hasil wawancara yang didapat, pemilik UMKM mengaku sebagian besar hasil produksinya dilakukan semuanya sendiri ditempat kediaman Ibu Ida, terkecuali jika pesanan yang datang melebihi kemampuan sehingga Ibu Ida meminta bantuan tetangga dekat rumahnya untuk membantu menyelesaikan pesanan tersebut. Produksi yang dilakukan dirumah Ibu Ida ini berlangsung dari pemotongan kain hingga penjahitan baju hingga selesai disatu tempat. Hal ini karena cukup lengkapnya peralatan dari mesin jahit kecil hingga besar dan mesin obrass untuk merapihkan jahitannya semua ada dimiliki oleh pemilik UMKM sehingga tidak perlu pihak ketiga untuk melakukan penyelesaian proses produksinya.

Pada segi manajemen hal seperti ini terbilang cukup bagus untuk menekan biaya produksi sehingga nantinya untuk permasalahan harga jual bisa ditekan dan bisa lebih bersaing dengan kompetitor yang lainnya, akan tetapi cara seperti itu juga memiliki kelemahan, salah satu contohnya adalah lebih lama dalam segi proses pembuatan dikarenakan semuanya di kerjakan sendiri, dan pre order yang dilakukan nantinya akan sedikit lebih lama ketimbang membeli barang jadi atau melakukan pemesanan dengan jasa konveksi yang skalanya lebih besar. Semoga nantinya pengabdian mendapat kesempatan lagi nantinya untuk membantu UMKM Ibu Ida dalam melakukan perhitungan terhadap biaya-biaya yang akan digunakan selama proses berwirausaha.



Gambar 5. Proses Penjaitan Pakaian

Limitasi

Kajian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbatas pada pemilik usaha UMKM An-Nur di Desa punggul, Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo.

Kesimpulan

Pada perkembangan digitalisasi khusus nya *social media* yang dimana memiliki banyak dampak positif terhadap bisnis. Salah satu manfaat yang didapat yaitu mudahnya promosi suatu produk yang ingin dijual melalui *social media* seperti facebook dan instagram. Akan tetapi dibalik segala kemudahan yang didapat, meningkatnya persaingan dalam bisnis online juga sangat tinggi. Dari persaingan harga yang ketat hingga pengolahan produk sedemikian menarik membuat persaingan sangat tinggi. Sehingga dibutuhkannya kreativitas untuk melakukan bisnis dalam media social untuk menggaet konsumen agar bisa tertarik dengan produk atau jasa yang telah kita tawarkan. Pembuatan logo dan konten-konten yang menarik bisa menjadi salah satu cara untuk meningkatkan *traffic social media* kita untuk semakin dilihat banyak orang serta kontinuitas dalam pengupload ke *social media* juga harus dilakukan secara rajin.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada kepala pemilik usaha UMKM An-Nur atas kerjasama dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

Anugrah, M.R. *et al.* (2023) 'Pengabdian Masyarakat Penyaringan Air Menggunakan Alat Sederhana untuk Meningkatkan Kejernihan Air di Desa Kedungpeluk Sidoarjo', *Nusantara Community Empowerment Review*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.55732/ncer.v1i1.754>.

Chodija, M. *et al.* (2023) 'Optimalisasi Peran Mahasiswa dalam Peningkatan Kewirausahaan Santriwati Melalui Kegiatan Bazar Berkah', *Nusantara Community Empowerment Review*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.55732/ncer.v1i1.753>.

FD, S.A., Muslimatun, S. and Damayanti G, M. (2019) 'Student-Led Community Service Activities in Indonesia International Institute for Life Sciences (I3I) for Building Collaborative Work And Social Awareness', *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, pp. 897–901. Available at: <https://doi.org/10.37695/pkmcscr.v2i0.432>.

Firdaus, M. *et al.* (2022) *Ragam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, OSF Preprints*. Available at: <https://doi.org/10.31219/osf.io/fkhry>.

Keles, B., McCrae, N. and Grealish, A. (2020) 'A Systematic Review: The Influence of Social Media on Depression, Anxiety and Psychological Distress in Adolescents', *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), pp. 79–93. Available at: <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>.

Marlina, L., Nurfadilah, S. and Ulinuha, B.R. (2023) 'Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Proses Bisnis UMKM Makanan Tradisional Tiga Putra Tasikmalaya', *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen (Eko-Bisma)*, 2(2), pp. 222–231. Available at: <https://doi.org/10.58268/eb.v2i2.76>.