

# Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Penjahit Berbasis Digitalisasi di Desa Punggul

Muhammad Iqbal Baharuddin <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia

<sup>1</sup> iqbal3351@gmail.com

## Abstrak

Perkembangan digitalisasi saat ini terbilang sangat pesat dan banyak memiliki dampak positif, salah satunya dalam dunia bisnis. Penggunaan teknologi komunikasi dalam dunia bisnis sangat berguna untuk salah satunya dalam hal pemasaran produk di sosial media. Beberapa platform yang bisa dipergunakan untuk memasarkan produk-produk yang akan dijual yaitu Facebook dan Instagram. Kedua platform tersebut memiliki banyak pengguna, yang awalnya hanya untuk berkomunikasi sekarang telah berkembang sebagai salah satu sarana dalam pemasaran produk. Akan tetapi timbul permasalahan dalam dunia bisnis yang dimana tidak semua pelaku usaha bisa menggunakan platform tersebut untuk melakukan penjualan atau pemasaran agar bisa bersaing dengan para pelaku usaha yang lainnya. Pengabdian masyarakat kali ini bertujuan membantu pelaku usaha yang berada di desa punggul untuk bisa memanfaatkan dan menggunakan platform sosial media Facebook dan Instagram untuk meningkatkan daya jual yang nantinya bisa meningkatkan perekonomian usaha tersebut. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu deskriptif kualitatif. Usaha jahit pakaian Ibu Musdalifah telah berdiri sejak masa pandemi Covid-19 kemarin untuk membantu perekonomian keluarganya, dan masih berlangsung sampai saat ini sudah banyak memiliki konsumen, meskipun jangkauan penjualannya hanya di sekitar beberapa desa. Dengan rencana pemasaran yang akan dilakukan diharapkan bisa menjangkau konsumen lebih banyak untuk menggunakan jasanya serta produk stock baju jadi yang dimiliki Ibu Musdalifah agar bisa lebih cepat terjual. Dari persaingan harga yang ketat hingga pengolahan produk sedemikian menarik membuat persaingan sangat tinggi. Sehingga dibutuhkannya kreativitas untuk melakukan bisnis dalam media sosial 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* sosial media.

**Kata Kunci:** Digitalisasi, Sosial Media, UMKM

**Sitasi:** Baharuddin, M. I. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Penjahit Berbasis Digitalisasi di Desa Punggul. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 2(1), 10–13. <https://doi.org/10.62759/jpim.v2i1.99>

## Artikel Info

*Received:* 18 Januari 2024

*Accepted:* 06 Januari 2025

## Pendahuluan

Digitalisasi adalah proses perpindahan dari sistem analog beralih ke sistem digital yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja serta efisiensi dalam melakukan kegiatan usaha. Dampak yang dirasakan saat ini bisa dilihat dari banyaknya pengguna *platform* media sosial Facebook dan Instagram untuk berinteraksi satu sama lain. Penggunaan media sosial Facebook dan Instagram juga melakukan peningkatan dengan memberikan fitur layanan untuk melakukan transaksi jual beli secara gratis. Menurut Nasrullah (2015) 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. Sehingga dengan kemudahan ini serta cakupan pasar yang luas secara tidak langsung membuat segmentasi pasar tersendiri dengan para konsumen yang menyukai belanja secara online.

Perkembangan digitalisasi saat ini sangat tinggi dan dampaknya juga dirasakan di dunia bisnis, semakin mudahnya pemasaran yang bisa dilakukan saat ini menjadikan persaingan dalam segi pemasaran juga meningkat. Pemasaran melalui digital terbilang sangat efektif dikarenakan jangkauan pasar yang tidak terbatas dengan biaya yang murah dan proses yang cukup mudah. Akan tetapi tidak sedikit pelaku UMKM yang belum mahir bahkan belum melakukan digitalisasi untuk usahanya.

Pengabdian masyarakat kali ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM yang belum memahami ataupun belum melakukan pemasaran melalui sistem digital. Nantinya pelaku UMKM akan diberikan pendampingan terhadap manfaat-manfaat yang didapat dari melakukan sistem promosi digital. Dalam hal digital sendiri terdapat beberapa platform sosial media yang akan digunakan seperti Facebook dan Instagram untuk menunjang kegiatan promosi. Pemilihan kedua platform tersebut memiliki alasan karena saat ini pengguna kedua media sosial tersebut sangat banyak, terlebih lagi kedua platform tersebut memiliki fitur "*market place*" yang bisa digunakan secara khusus untuk menjual barang maupun jasa yang ingin ditawarkan.

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 (Andrianto et al., 2021). Dalam penggunaannya untuk bisnis, sosial media merupakan alasan yang tepat untuk melakukan sistem jual beli maupun pemasaran karena sangat efektif untuk digunakan dan memiliki jangkauan kepada konsumen yang tidak terhingga.

Semua orang bisa melihat produk yang akan kita tawarkan tanpa perlu adanya batasan jarak. Akan tetapi dalam hal ini membuat persaingan dalam segi pemasaran produk yang ada di sosial media sangat tinggi. Oleh karena itu pelaku usaha juga harus dituntut untuk memasarkan produknya secara kreatif dan inovatif.

Lokasi pengabdian masyarakat ini berada di Desa Punggul, Kecamatan Gedangan. Setelah dilakukan survei di beberapa usaha di desa punggul, penulis tertarik dengan usaha jahit pakaian milik ibu musdalifah dikarenakan usaha yang sudah dirintis sejak masa pandemic kemarin dan pelaku belum pernah melakukan sistem promosi lewat sosial media dan instagram. 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 serta agar usaha milik ibu musdalifah ini nantinya bisa bersaing dengan UMKM lain yang sejenis di dalam dunia digital. Pengabdian masyarakat kali ini nantinya diharapkan bisa membantu dan meningkatkan penjualan terhadap usaha ibu musdalifah di kemudian hari.

## Metode

Pengabdian ini dideskripsikan secara kualitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode deskriptif kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana pengabdian adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil pengabdian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Pengabdian tersebut bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang ada pada pemilik usaha. Metode kegiatan yang digunakan, antara lain:

### Observasi

Menurut Sugiyono (2018) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Dalam hal ini dilakukan karena untuk mendapatkan gambaran secara garis besar permasalahan yang di alami oleh pelaku usaha UMKM terhadap peran digitalisasi terhadap usahanya.

### Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi dua arah antara penulis dan pelaku usaha yang nantinya berguna untuk mendapatkan informasi yang berguna untuk mensukseskan pengabdian ini.

### Pelatihan

Menurut Notoadmodjo (2009) menyatakan bahwa pelatihan merupakan upaya untuk mengembangkan sumber daya manusia terutama untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian manusia. Dalam hal ini pengabdian memberi penyuluhan dalam pembuatan akun sosial media Facebook, Instagram dan Shopee untuk pemasaran produk dan jasa nya agar dapat lebih banyak konsumen yang bisa di jangkau

## Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukannya survei di Desa Punggul pada tanggal 02-01-2024 untuk mencari UMKM yang memerlukan bantuan dalam hal pemasaran produk secara digitalisasi, didapatkanlah UMKM penjahit pakaian yang dimiliki oleh Ibu Musdalifah. Beliau belum pernah memasarkan melalui akun Instagram dan Facebook. Setelah dilakukannya wawancara terhadap pelaku UMKM pada tanggal 04-01-2024 di dapatkan informasi kalau selama ini ibu musdalifah belum pernah membuat akun sosial media Instagram ataupun Facebook untuk bisnis nya. Oleh karena itu pengabdian berencana membuat akun sosial media facebook dan instagram untuk bisnis nya, serta pembuatan logo untuk usahanya. Pembuatan logo ini bertujuan agar saha yang dijalani mempunyai identitas produk agar tidak mudah di tiru oleh orang lain yang tidak bertanggung jawab.

Usaha jahit pakaian merupakan suatu kegiatan usaha untuk mengubah bahan *tekstile* (kain) menjadi pakaian jadi yang bisa digunakan konsumen. Jenis usaha seperti ini masih dicari banyak konsumen dikarenakan banyak konsumen diluar sana yang belum puas terhadap jenis dan design pakaian jadi yang dijual di pasar bebas. Keberadaan penjahit ini lah yang nantinya bisa memberikan kepuasan terhadap kemauan konsumen atas design dan jenis baju yang diinginkan. Penggunaan bahan pakaian yang beragam sesuai dengan keinginan konsumen juga menjadi salah satu pilihan kenapa masih banyak para pelaku konsumen yang lebih memilih menggunakan jasa penjahit dari pada membeli barang jadi.

Usaha jahit pakaian ibu musdalifah telah berdiri sejak masa pandemi Covid-19 kemarin untuk membantu perekonomian keluarganya, dan masih berlangsung sampai saat ini sudah banyak memiliki konsumen, meskipun jangkauan penjualan nya hanya di sekitar beberapa desa. Dengan rencana pemasaran yang akan dilakukan harapan nya bisa menjangkau konsumen lebih banyak untuk menggunakan jasa nya serta produk stock baju jadi yang dimiliki ibu musdalifah agar bisa lebih cepat terjual.

Table 1. Jadwal Kegiatan Pengabdian

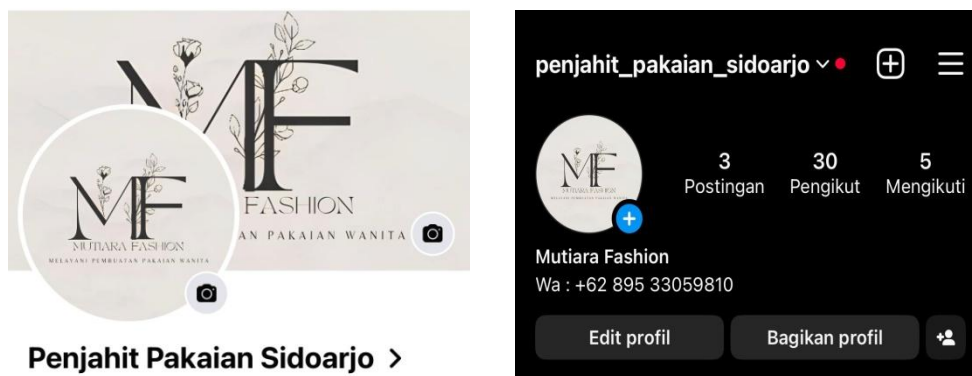
Tanggal	Kegiatan
02-01-2024	Survei lokasi dan pencarian UMKM
03-01-2024	Sosialisai dengan pelaku usaha tentang tujuan kegiatan pengabdian
04-01-2024	Penyuluhan tentang digitalisasi serta pembuatan akun sosial media
08-01-2024	Survei ke UMKM untuk memastikan pemilik usaha mampu menggunakan sosial media nya dengan lancar

Hal yang dilakukan setelah sosialisasi adalah pembuatan logo dan nama untuk UMKM nya yang nantinya bisa di pakai untuk pembuatan akun sosial 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, nama brand berfungsi untuk memiliki identitas dan tidak di klaim oleh orang lain. pembuatan serta penamaan brand Mutiara Fashion di buat berdasarkan ide dari pemilik UMKM yang berdasarkan nama anak dari ibu musdalifah sendiri



Gambar 1. Contoh Design Logo Nama Yang Nantinya Digunakan

Selanjutnya pengabdian membuat akun sosial media Facebook dan Instagram yang nanti akan digunakan untuk salah satu sarana pemasaran. Pengabdian menggunakan kedua sosial media tersebut dikarenakan saat ini banyak pengguna smartphone yang menggunakan media sosial tersebut, baik dari kalangan muda hingga tua, dari yang sekedar mencari hiburan hingga memasarkan produk atau jasa semua bisa dilakukan di media sosial tersebut. Pembuatan sosial media nya berdasarkan nama yang sama yang digunakan oleh pemilik UMKM. Dan dengan seizin pemilik UMKM, penulis mencantumkan nomor telepon di bio sosial media akun tersebut agar memudahkan para pengunjung yang ingin memesan atau sekedar Tanya-tanya pada pemilik usaha. Setelah itu pengabdian membantu untuk membuat konten foto terhadap stock pakaian jadi yang nanti nya bisa digunakan untuk mengisi beranda Facebook dan Instagramnya



Gambar 2. Akun Sosial Media

Dalam kegiatan usahanya, 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. Menurut Saladin (2004), 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. Dalam proses produksinya beliau memasang tarif sekitar 70-150 untuk jasa pembuatan bajunya, harga tersebut tergantung dari model pakaian yang di pesan. Harga tersebut belum termasuk dengan bahan pakainya, ibu musdalifah biasanya membeli sendiri bahan untuk pesanan pakainya, sesuai dengan apa yang di minta oleh para pembeli. Dalam usahanya, ibu musdalifah 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.



Gambar 3. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

## Kesimpulan

Dalam perkembangan digitalisasi khususnya sosial media yang dimana memiliki banyak dampak positif terhadap bisnis. Salah satu manfaat yang didapat yaitu mudahnya promosi suatu produk yang ingin dijual melalui sosial 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 dibutuhkan kreativitas untuk melakukan bisnis dalam media sosial 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 sosial media kita untuk semakin dilihat banyak orang serta kontinuitas dalam penguploadan ke sosial media juga harus dilakukan secara rajin.

## Ucapan Terima Kasih

Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada pemilik usaha UMKM Mutiara Fashion atas kerjasama dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat. dan dosen pendamping Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo yang telah mendukung pengabdian masyarakat kali ini.

## Referensi

- Andrianto, N. M., Oktora, K., & Bon, A. T. (2021). Understanding Millennial's Online Buying Behavior During Pandemic Covid-19. *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan. Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. (2009). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Saladin, D. (2004). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: CV Linda Karya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.