

Peningkatan Kinerja Pemasaran Produk UMKM *Mom N Me* Berbasis Digital Marketing Pasca Pandemi Covid-19

Azka Rizkina¹, M. Saleh^{2*}, Hakim Muttaqim³, M Rasyidin⁴

^{1,2*,3,4} Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

Email: azkaa_rizkina@yahoo.co.id¹, muhammadsaleh286@gmail.com^{2*}, hakimmuttaqim@umuslim.ac.id³, mrasyidin@umuslim.ac.id⁴

Histori Artikel:

Dikirim 5 Februari 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 12 Maret 2023; *Diterima* 25 April 2023; *Diterbitkan* 20 Mei 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Lembaga Mitra “Mom N Me”, merupakan usaha mikro kecil yang berada yang bergerak dalam bidang jasa penjahitan kain perca atau kain yang tidak terpakai sehingga nantinya menjadi bahan yang bernilai dan menjadi salah satu kebutuhan rumah tangga dan perkantoran. Masalah dalam usahanya, sebelum masa pandemi Covid-19 telah terdapat sejumlah kendala yaitu dalam hal mempromosikan dan memasarkan hasil produksi dari UMKM ini, sistem yang sebelumnya digunakan hanya manual (offline) sedangkan Online cuma di Whattaps Group. Masalah yang kedua adalah Mom N Mee tidak mampu membangun jejaring pemasaran keluar daerah, sehingga penjualan produknya sangat sedikit tentunya ini masalah besar apalagi dimasa Pandemi Covid-19 ini. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tim pelaksana Pengabdian Universitas Almuslim menawarkan solusi untuk hal ini yaitu: merancang dan membangun arah marketing berbasis digital dan website sebagai sarana promosi apalagi dalam masa pandemi Covid-19 ini. Kemudian solusi yang kedua yaitu dengan menggunakan teknologi membangun jejaring berupa kekuatan marketing dan penjualan yang lebih luas menjangkau luar daerah. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperluas pemasaran hasil produksi dari UMKM Mom N Mee ini kedepannya, serta juga untuk meningkatkan jumlah penjualan sehingga mampu menjaga kesejahteraan para pekerja umkm ini dimasa Pasca Pandemi Covid-19. Metode yang dipakai dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan merancang sebuah Website kemudian melatih lembaga mitra tersebut untuk mengelolanya secara mandiri, selanjutnya dilakukan pelatihan-pelatihan terhadap teknik pemasaran dan promosi melalui E-Commerce, metode selanjutnya adalah melakukan pendampingan secara berkelanjutan hingga UMKM ini dapat berkembang dimasa pasca pandemi ini dan mampu menjadi tumpuan bagi perekonomian daerah tersebut.

Kata Kunci: Pemasaran; E-Commerce; Jejaring; Mom n Me.

Abstract

Partner Institution “Mom N Me” is a small micro business that is engaged in sewing services for patchwork or unused cloth so that later it becomes a valuable material and becomes one of the needs of households and offices. The problem in his business, before the Covid-19 pandemic there were several obstacles, namely in terms of promoting and marketing the products of these MSMEs, the system previously used was only manual (offline) while online was only on Whattaps Group. The second problem is that Mom N Mee is not able to build a marketing network outside the region, so the sales of their products are very small, of course this is a big problem, especially during the Covid-19 Pandemic. Based on these problems, the Almuslim University Service implementation team offers a solution for this, namely: designing and building a digital-based marketing direction and website as a means of promotion, especially during the Covid-19 pandemic. Then the second solution is to use technology to build networks in the form of broader marketing and sales forces reaching outside the region. The purpose of this activity is to expand the marketing of MSME Mom N Mee products in the future, increase the number of sales, and help MSME employees stay healthy after the COVID-19 pandemic. period. The method used to conduct this activity is to design a website and train partner institutions to independently manage it. After that, we will conduct training in marketing and advertising techniques through e-commerce. The next way is to continue to support these MSMEs as they evolve in the future. Can serve as a foundation for regional economies even after the pandemic.

Keywords: Marketing; E-Commerce; Network; Mom n Me.

1. Pendahuluan

Masa pandemi Covid-19 merupakan masa paling sulit dalam Usaha Mikro Kecil Menengah khusus “Mom n Me” usaha rumahan yang bergerak dalam bidang jasa penjahitan kain perca yang diolah menjadi bahan-bahan kebutuhan rumah tangga dan perkantoran harus bertahan dalam situasi ekonomi yang tidak menentu dikarenakan Covid-19. Dari bulan april 2020 terus terasa bagaimana dampak masa pandemi ini dalam hasil penjualan produksi dari umkm yang berdiri dari tahun 2016, berlokasi di desa Lhok Mba Bang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen, letak UMKM “Mom n Me“ ini tidak terlalu jauh dari kampus Universitas Almuslim, hanya berjarak sekitar 14,7 Km (20 menit berkendara). UMKM “Mom n Me” ini memberikan dampak yang signifikan bagi keterbukaan peluang kerja bagi kaum perempuan khususnya ibu rumah tangga dari berbagai desa di kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. Kehadiran UMKM ini juga memberikan sejumlah keahlian bagi ibu ibu rumah tangga yang awalnya tidak mampu menjahit dan mengolah bahan hasil sisa kain jahit atau kain perca, usaha ini memberikan harapan baru bagi ibu rumah tangga serta masyarakat di kecamatan tersebut.

Pada Bulan Desember 2019 tahun lalu, Usaha Mom n Me ini telah menghasilkan 15 orang terampil bidang penjahit kain perca yang terdiri ibu ibu rumah tangga dari 2 kecamatan dalam pelatihan yang digelar selama 4 bulan dari akhir Agustus hingga akhir November tahun 2019 lalu, usaha bersama Mom N Mee ini telah memberikan keterampilan bagi ibu rumah tangga dan kaum perempuan dalam melihat peluang dan dalam pendapatan keuangan keluarga. Usaha yang memanfaatkan kain perca yang dimiliki dari sisa potongan kain yang selama ini tidak dimanfaatkan dan bahkan sering dibuang telah menjadi sentra ekonomi kaum perempuan di kecamatan Gandapura. Dari sisi penguasaan *skill*, sudah dapat diberikan nilai sangat baik bagi seluruh anggota kelompok karena telah memiliki *skill* yang bervariasi dan telah menunjang keberhasilan dari mutu jahitan, beberapa anggota kelompok juga terlihat mempunyai potensi yang cukup bagus untuk mengembangkan produk.

Berbagai penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya strategi digital marketing bagi UMKM di tengah pandemi Covid-19. Saifuddin (2021) dalam jurnal Bisnis Terapan menggarisbawahi perlunya strategi digital marketing yang efektif bagi UMKM di masa pandemi untuk tetap bersaing [1]. Demikian pula, Alfrian dan Pitaloka (2020) mengungkapkan pentingnya strategi yang relevan dan adaptif bagi UMKM di Indonesia dalam menghadapi kondisi pandemik [2]. Hadi dan Zakiah (2021) menyajikan strategi digital marketing yang dapat membantu UMKM bersaing di era pandemi [3]. Arumsari, Lailiyah, dan Rahayu (2022) meneliti peran digital marketing dalam upaya pengembangan UMKM berbasis teknologi di kelurahan Plamongansari Semarang [4]. Selain itu, Fadly dan Sutarna (2020) menjelaskan pentingnya membangun pemasaran online dan digital branding di tengah pandemi Covid-19 [5]. Berbagai sumber menggarisbawahi pentingnya pemasaran online, digital branding, dan pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi dalam mendukung UMKM, terutama dalam industri konveksi khususnya di bidang penjahit kain perca [6][7].

Proses produksi yang telah berjalan tidak dapat diimbangi oleh proses promosi dan pemasaran, hal ini dikarenakan usaha ini hanya berfokus pada kegiatan produksi dan peningkatan *skill* ibu ibu rumah tangga tapi lupa akan hal penting yaitu bagaimana hasil produksi dapat di sukai dan dapat dipasarkan keluar daerah terlebih dengan masa pandemi Covid-19 ini yang memukul sisi perekonomian dunia, hal inilah yang membuat tim ini ingin mengalihkan permasalahan ini menjadi suatu peluang dalam pengembangan usaha Mom Me ini. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membantu UMKM Mom N Me dalam meningkatkan kinerja pemasaran produk mereka. Ketidakseimbangan antara produksi dan pemasaran menghambat pertumbuhan usaha dan membatasi peluang untuk mencapai pasar yang lebih luas. Dalam masa pandemi Covid-19, di mana perekonomian dunia terdampak secara signifikan, penting bagi UMKM Mom N Me untuk menghadapi tantangan ini dengan menggunakan strategi digital marketing yang efektif. Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan UMKM Mom N Me dapat memanfaatkan peluang digital marketing untuk mengatasi keterbatasan geografis, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing usaha mereka.

1.1. Tujuan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan promosi dan pemasaran UMKM "Mom n Me" agar produk-produknya dikenal dan diminati oleh masyarakat di luar daerah, termasuk selama masa pandemi Covid-19 yang sulit. Selain itu, tujuan lainnya adalah mendukung pengembangan usaha ini dengan mengidentifikasi peluang baru dalam menjual dan memasarkan produk di tengah situasi ekonomi yang tidak menentu. Tim Pengabdian juga ingin mengajarkan strategi pemasaran *online* dan *offline* kepada anggota kelompok UMKM agar mereka dapat memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk meningkatkan jangkauan dan penjualan produk. Selain itu, kami akan mengoptimalkan penggunaan sumber daya lokal, seperti potongan kain perca yang tidak terpakai, dalam produksi barang-barang kebutuhan rumah tangga dan perkantoran yang menarik minat pasar. Melalui pendampingan dan bimbingan, kami akan membantu anggota kelompok dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif sesuai dengan target pasar dan karakteristik produk yang ditawarkan. Kami juga akan memperluas jaringan dan kerjasama dengan pihak-pihak terkait, termasuk perguruan tinggi setempat, untuk mendukung pemasaran dan promosi produk UMKM "Mom n Me". Dengan meningkatkan penjualan produk dan ekspansi usaha, kami berharap kegiatan ini dapat meningkatkan pendapatan ekonomi dan kesejahteraan anggota kelompok UMKM "Mom n Me" serta masyarakat sekitar.

1.2. Manfaat Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat berupa kesiapan dan keterampilan dalam proses promosi berbasis digital marketing bagi anggota kelompok UMKM "Mom n Me". Melalui kegiatan ini, anggota kelompok akan mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang strategi promosi menggunakan metode digital marketing. Mereka akan dilengkapi dengan keterampilan dan sumber daya yang diperlukan untuk mengimplementasikan proses promosi dengan efektif menggunakan platform digital. Tujuan utamanya adalah agar anggota kelompok dapat memanfaatkan teknik dan platform digital marketing dengan optimal, sehingga mereka dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas promosi produk UMKM "Mom n Me".

2. Realisasi Kegiatan

2.1. Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

a. Metode Pelaksanaan Kegiatan

1) Tahap Persiapan Kegiatan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan persiapan kegiatan, dimulai dari melakukan observasi awal untuk mendapatkan permasalahan mitra. Setelah dilakukan observasi, wawancara, dan FGD kemudian bersama-sama dengan lembaga mitra tim pengabdian mengambil kesimpulan terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan di lembaga mitra.

2) Tahap Pelaksanaan

Tahap kedua dari kegiatan ini adalah pelaksanaan kegiatan di lapangan terdiri dari:

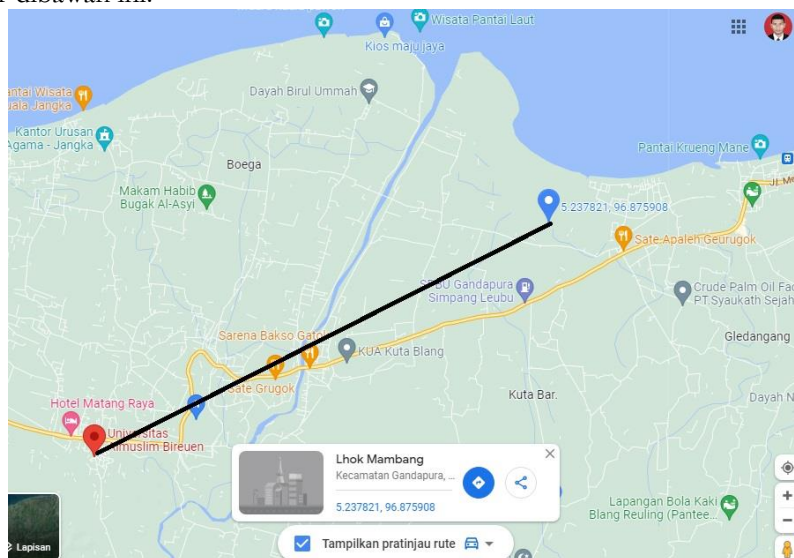
- a) Penggunaan website sebagai sarana pemasaran. Tim pelaksana yang berkompetensi di bidang teknologi informatika bersama dengan bidang ekonomi bersama mahasiswa Umuslim, merancang website dan melatih lembaga mitra dalam hal penggunaannya. Materi dilatih cara mengupload gambar, teknik membagi dalam jejaring pemasaran, dan juga merancang label produk-produk dari UMKM Mom n Me.
- b) Membangun jejaring Pemasaran dan penjualan. Tim pelaksana yang berkompetensi dalam membangun Hubungan yaitu dosen hubungan internasional dengan dibantu oleh dosen ekonomi pembangunan mendampingi lembaga dalam membangun jejaring pemasaran dan penjualan, serta menganalisis lokasi-lokasi pemasaran yang bagus.

b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada 12 November 2022.

c. Tempat Kegiatan

Adapun lokasi pengabdian ini berlokasi di desa Lhok Mba Bang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen, letak UMKM “Mom n Me” ini tidak terlalu jauh dari kampus Universitas Almuslim, hanya berjarak sekitar 14,7 Km (20 menit berkendara), adapun dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Map Lokasi Kegiatan

2.2. Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Lembaga Kursus & Pelatihan (LKP) Mom n Me di Desa Lhok Mambang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh yang bergerak dibidang produksi penjahitan kain perca atau kain yang tidak terpakai sehingga nantinya menjadi bahan yang bernilai dan menjadi salah satu kebutuhan rumah tangga dan perkantoran. Meskipun mitra sudah menjalankan usaha lebih dari 5 tahun namun produksi dan pengelolaannya masih dilakukan secara tradisional dengan menggunakan peralatan yang masih sangat sederhana serta belum pernah mendapatkan sentuhan teknologi maupun pelatihan, oleh karena itu perlu dilakukan penerapan IPTEK dalam pengembangan usaha mitra. Penerapan IPTEK yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra selama ini dalam kegiatan PKM meliputi:

- 1) Proses Produksi; Penerapan IPTEK dilakukan dalam perlengkapan peralatan produksi teknologi tepat guna agar sesuai standar dan mitra dapat meningkatkan produksi. Manajemen SDM dalam proses produksi dilakukan melalui kegiatan pelatihan kepada mitra, sehingga dengan terpenuhinya peralatan dan manajemen SDM yang bekerja sesuai standar. IPTEK dalam proses produksi menerapkan pemanfaatan teknologi tepat guna dengan menggunakan teknologi tepat guna diterapkan agar produk yang dihasilkan mitra dapat memenuhi kualitas tinggi dan berstandar ekspor.
- 2) Pelabelan produk; Selanjutnya IPTEK yang diterapkan pada mitra adalah membuat inovasi kemasan produk serta pengurusan pelabelan produk. Kemasan dan pelabelan produk perlu dilakukan agar konsumen dapat mengenal dan mengingat label produk yang dihasilkan mitra dan mempunyai ciri khas produk Lembaga Kursus & Pelatihan (LKP) Mom n Me. Loyalitas pelanggan terhadap produk mitra perlu dipertahankan selain terus memperluas pemasaran produk untuk meningkatkan jumlah pelanggan.
- 3) Pemasaran; Selama ini mitra masih menggunakan metode pemasaran tradisional yaitu menjual produk ke pasar, pedagang, dan ke toko-toko grosir dalam kabupaten. Teknik pemasaran modern perlu diterapkan pada mitra agar jumlah konsumen bertambah sehingga

dapat meningkatkan omset. Penerapan IPTEK yang diterapkan pada bidang pemasaran adalah pelatihan pembuatan web pemasaran untuk penjualan produk-produk yang dihasilkan tim mitra. Kegiatan ini diawali dengan merancang web yang dilakukan bersama-sama antara tim pengusul dan mitra. Pembuatan web untuk pemasaran merupakan salah satu metode pemasaran untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas dengan biaya minimal dengan memanfaatkan teknologi. Selanjutnya memberikan pemahaman kepada mitra mengenai strategi marketing produk menggunakan media sosial dan penjualan pada *marketplace* baik dalam negeri maupun *marketplace* luar negeri. Strategi marketing ini dapat memperluas jangkauan pasar mitra serta dapat meningkatkan omset mitra terutama pada masa pandemi covid-19 dan pada era new normal.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan

2.3 Masyarakat Sasaran

Masyarakat sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah para ibu rumah tangga dan kaum perempuan di kecamatan Gandapura, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh. Mereka merupakan bagian dari komunitas yang terlibat dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) "Mom n Me" yang bergerak dalam bidang jasa penjahitan kain perca. Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat dengan memberikan kesempatan kepada mereka untuk meningkatkan keterampilan dalam mengelola usaha dan memasarkan produk-produk kain perca yang dihasilkan. Para ibu rumah tangga dan kaum perempuan ini memiliki potensi dan keinginan untuk mengembangkan keterampilan dalam bidang jahitan serta memperoleh penghasilan tambahan bagi keluarga mereka. Dengan melibatkan masyarakat sasaran ini, diharapkan kegiatan pengabdian ini dapat memberikan dampak positif dalam peningkatan kesejahteraan mereka dan memperluas peluang kerja bagi kaum perempuan di wilayah tersebut..

3. Tinjauan Hasil yang dicapai

Adapun tinjauan hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah belum terdapat bidang promosi dan pemasaran hasil Produksi kain perca dan produk jahitan lainnya yang bersifat digital marketing. Dari awal proses Produksi hingga saat ini hanya memenuhi orderan dari konsumen yang datang langsung atau memesan ke Mom N Mee. Penguasaan tentang teknologi informasi dalam hal upaya pemasaran hasil produksi masih sangat manual dan gagap teknologi, sehingga hasil produksi dari kerajinan kain perca memakan waktu yang lama dalam hal penjualan. Semenjak virus corona penjualan dilakukan melalui WhatsApp Group dan Facebook, sedangkan aplikasi lainnya belum mampu terpikirkan. Adanya kondisi pandemi Corona ini, model digital marketing merupakan alat pemasaran yang wajib digunakan pada usaha ini.

Kemudian, belum terbentuknya pola jejaring kerjasama dalam mendukung penjualan produk hasil produksi UMKM Mom N Mee. Model pemasaran/digital marketing belum menjadi dasar pola pengembangan pada usaha ini, terbatasnya kemampuan dalam digital marketing dan hanya

bertumpu pada pemasaran yang lazim dilakukan sebelum pandemi covid-19, membuat UMKM ini begitu susah dalam berkembang, sepertinya inilah jawaban permasalahan dari hasil produksinya yang sangat lambat terjual selama ini, pengelola Mom n Me ini merasakan dampak dari pandemi corona ini bagi usahanya, jelas terlihat dari jumlah produksi yang terjual serta lingkup pemasaran yang terkendala protokol kesehatan menjadikan usaha ini makin susah dalam beroperasi kedepannya, maka perlunya fokus membina bidang pemasaran berbasis digital marketing serta memperkuat jejaring media promosi sehingga kegiatan produksi dan penjualan hasil produksi dapat berputar dengan baik.

4. Daftar Pustaka

- [1] Saifuddin, M., 2021. Digital Marketing: Strategi Yang Harus Dilakukan Umkm Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), pp.115-124. DOI: <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.3028>.
- [2] Alfrian, G.R. and Pitaloka, E., 2020, November. Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 6, No. 2, pp. 139-146).
- [3] Hadi, D.F. and Zakiah, K., 2021. Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi_strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. *Competitive*, 16(1), pp.32-41. DOI: <https://doi.org/10.36618/competitive.v16i1.1171>.
- [4] Arumsari, N.R., Lailiyah, N. and Rahayu, T., 2022. Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), pp.92-101. DOI: <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>.
- [5] Fadly, H.D. and Utama, S., 2020. Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), pp.213-222. DOI: <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>
- [6] Wahyuni, N.N., 2022. *Pengembangan Ekonomi Kreatif UMKM Berbasis Digital Marketing Pada Industri Konveksi di Desa Sumaduk, Wedarijaksa, Pati* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- [7] Izzati, A.N., 2021. *Sistem Akuntansi Manajemen Usaha Kecil Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020 Di Konveksi UD Surabaya Kecamatan Rambipuji* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Akuntansi Syariah).