

Pelatihan Pemasaran Digital UMKM Kerajinan Tas Motif Aceh "Mom n Me" untuk Meningkatkan Kualitas Produk

Hakim Muttaqim^{1*}, Fauzi², Azka Rizkina³

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

^{2,3} Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

Email: hakimmuttaqim11@gmail.com^{1*}, fauzi@umuslim.ac.id², azkaa_rizkina@yahoo.co.id³

Histori Artikel:

Dikirim 19 Agustus 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 22 Agustus 2023; *Diterima* 12 September 2023; *Diterbitkan* 30 September 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan perekonomian nasional. Di masa pandemi Covid-19, UMKM menjadi sektor yang paling rentan terkena dampak, terutama dari sisi pemasaran dan penjualan produk. Mom n Me merupakan UMKM yang di bidang kerajinan menjahit tas motif Aceh. Usaha ini telah berjalan selama 5 (Lima) tahun dari 2018, dan pada tahun 2020 telah bertransformasi dari usaha menjahit kain perca memperluas pada bidang menjahit kerajinan tas Aceh dengan mengangkat kearifan lokal. Mom n Me juga salah satu UMKM yang merasakan dampak pandemi Covid-19. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam pemasaran berbasis digital serta adanya peningkatan kualitas produk mitra. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini adalah memberikan pelatihan digital marketing seperti penggunaan media sosial dalam meningkatkan penjualan produk, dan memberikan pelatihan penggunaan aplikasi/website resmi UMKM Mom n Me. Aplikasi ini dapat membantu pelaku UMKM untuk melakukan promosi dan menjual produk tanpa harus memiliki ruang yang luas seperti toko dan etalase. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah terdiri dari pembentukan tim kegiatan, melakukan analisis, implementasi kegiatan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian adalah aplikasi/website resmi UMKM Mom n Me sebagai tools untuk pemasaran dan penjualan secara online serta memberikan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan mengoperasikan aplikasi/website.

Kata Kunci: Pemasaran Digital; UMKM; Mom n Me; Media Sosial; E-Commerce.

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises is one of the strengths of the national economy. During the Covid-19 pandemic, Micro, Small and Medium Enterprises became the most vulnerable sectors to be affected, especially in terms of product marketing and sales. Mom n Me is a Micro, Small and Medium Enterprise in the field of sewing Aceh motif bags. This business has been running for 5 (five) years since 2018, and in 2020 it has been transformed from a patchwork sewing business to expanding to the field of sewing Aceh handicraft bags by raising local wisdom. Mom n Me is also one of the Micro, Small and Medium Enterprises that has felt the impact of the Covid-19 pandemic. The purpose of this service activity is to improve partners' skills in digital-based marketing as well as to improve the quality of partner products. The solution offered in this activity is to provide digital marketing training such as the use of social media to increase product sales and provide training on using the official Mom n Me application/website. This application can help Micro, Small and Medium Enterprises to carry out promotions and sell products without having to have large spaces such as shops and storefronts. The method used in this activity consists of forming an activity team, conducting analysis, implementing activities, and evaluating. The results of the service activities are the official Mom n Me application/website as a tool for online marketing and sales as well as providing training to business owners, so they can operate the application/website.

Keywords: Digital Marketing; UMKM; Mom n Me; Social Media; E-Commerce.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas pembangunan ekonomi negara [1]. Hal ini bukan saja karena dunia usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan, tetapi juga karena bertujuan untuk mengentaskan masalah ketimpangan antar golongan, antar pelaku usaha, atau pengentasan kemiskinan dan masalah ketenagakerjaan. Selain itu, pengembangannya telah memperluas basis ekonomi dan mempercepat perubahan struktural, yaitu populasi dan penyerapan tenaga kerja, yang telah disajikan sebagai pelaku ekonomi utama yang berpotensi memberikan kontribusi signifikan untuk memperkuat ketahanan ekonomi daerah dan nasional. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sistem perekonomian nasional yaitu mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat serta berperan dalam meningkatkan perolehan devisa dan memperkokoh struktur ekonomi nasional [2].

Sistem digitalisasi yang telah dijalankan selama ini memberikan perubahan gaya hidup manusia yang memberikan dinamika dalam gaya hidup khususnya dalam pola konsumsi masyarakat [3]. Kita bisa melihat adanya pergeseran dari kegiatan ekonomi masyarakat lokal dan internasional yaitu adanya pengaruh digitalisasi atau sistem *E-Commerce* dalam kegiatan jual beli masyarakat yang memberikan kemudahan dalam perubahan gaya belanja masyarakat [4]. Dengan adanya sistem *E-Commerce*, masyarakat mendapatkan informasi lebih praktis tentang produk yang dibutuhkan dan kecepatan bertransaksi tanpa harus berbelanja langsung pada toko produk yang diinginkan serta adanya jaminan dari lembaga keuangan menambah minat masyarakat dalam menggunakan berbagai media digital yang sangat mudah untuk diakses.

Di era kemajuan teknologi ini, manusia dituntut untuk ahli dalam bidang teknologi berbasis digital. Sekarang semua kegiatan atau aktivitas kehidupan manusia pasti menggunakan teknologi. Bahkan dalam berbisnis pun sekarang menggunakan teknologi, salah satunya ialah penggunaan sistem informasi atau internet. Kebutuhan masyarakat terhadap sistem informasi kedepannya akan semakin kompleks, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran untuk mempermudah dan mendukung aktivitas bisnis [5]. Terutama dalam hal pemasaran, pelaku usaha dapat mempromosikan produknya melalui internet. Promosi produk bisa dilakukan melalui aplikasi sosial media, yaitu aplikasi WhatsApp, Facebook, Instagram dan TikTok. Pemasaran digital tidak memerlukan tenaga kerja yang banyak dan toko yang luas. Pemasaran digital hanya memerlukan *smartphone* dan tempat untuk melakukan promosi [6].

UMKM *Mom n Me* merupakan UMKM yang bergerak pada bidang produksi menjahit kerajinan Tas motif Aceh. Anggota dari UMKM *Mom n Me* terdiri dari ibu rumah tangga dan remaja putus sekolah di Desa Lhok Mambang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen. UMKM ini telah melahirkan *talent* baru dalam dunia menjahit sehingga masyarakat khususnya ibu rumah tangga dan remaja putus sekolah dapat menambah pendapatan dan dapat membantu perekonomian keluarga. Jenis usaha yang dijalankan oleh UMKM *Mom n Me* adalah kategori usaha rumahan dengan skala kecil dan menengah. Kerajinan menjahit tas bermotif Aceh ini sudah mulai dilirik oleh para wisatawan asing dan domestik yang datang ke Aceh, tidak hanya itu saja, masyarakat Aceh juga mulai menggunakan tas bermotif khas Aceh dalam kegiatan sehari-hari dan juga dalam kegiatan resmi serta menjadikannya sebagai oleh-oleh khas Aceh.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM pada masa pandemi covid-19 adalah berkurangnya pendapatan usaha, akibat dampak pandemi covid-19 juga dirasakan oleh UMKM *Mom n Me* yang membuat UMKM ini tidak berproduksi karena volume produksi yang stagnan dan hasil penjualan menurun drastis. Penyebabnya dipengaruhi oleh dominasi pembeli yang selama ini hanya dari pasar lokal atau warga sekitar. Hal ini terjadi karena sistem promosi yang masih belum optimal dan pemasaran yang dilakukan masih penjualan langsung (*direct selling*). Oleh karena itu diperlukan konsep *E-Commerce* dalam menerapkan E-marketing, transaksi online, yang memudahkan konsumen yang lokal dan luar dapat melihat produk tanpa harus ke lokasi secara langsung.

Selain sistem promosi dan pemasaran yang masih menggunakan sistem tradisional. Permasalahan lainnya yang dihadapi oleh UMKM *Mom n Me* ialah kemampuan SDM dari para pekerja dalam melakukan ekspansi usaha, tingkat kreativitas dan inovasi produk juga masih rendah,

selain itu pengetahuan tentang *E-Commerce* masih belum sepenuhnya di kuasai. Manajemen keuangan UMKM *Mom n Me* selama ini belum terkelola dengan baik, sehingga perlu pendampingan melalui sistem keuangan yang terstruktur. Berdasarkan pendahuluan yang telah diuraikan, maka pemberdayaan kepada pelaku UMKM dan para pekerja menjadi poin penting untuk dilaksanakan sehingga pelaku usaha dapat berkembang dan familiar dengan dunia digitalisasi dalam usaha.

1.1. Tujuan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki tujuan untuk mentransfer IPTEK antara perguruan tinggi Universitas Almuslim dengan mitra. Bentuk kegiatan adalah mengidentifikasi permasalahan dan kendala dalam produksi dan penjualan produk pada UMKM *Mom n Me*. Selanjutnya memberikan solusi dengan cara memberikan pelatihan cara promosi dan pemasaran produk melalui pemanfaatan *E-Commerce* untuk meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas.

1.2. Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah meningkatkan pengetahuan dan pemberdayaan mitra UMKM *Mom n Me* dalam memanfaatkan pemasaran berbasis digital.

2. Realisasi Kegiatan

2.1. Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

a. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini meliputi beberapa tahap, pertama adalah bekerja sama/berkoordinasi dengan pemilik UMKM *Mom n Me* untuk mendapatkan izin dan mengumpulkan data. Selanjutnya tahap kedua ialah diskusi melalui *Focus Group Discussion* (FGD) untuk memperoleh perbedaan data yang diperoleh dalam interaksi setelah diskusi sekelompok peserta/pewawancara, sehingga menambah kedalaman pengetahuan. Selama fase ini, terjadi interaksi antara tim dengan pemilik dan anggota UMKM *Mom n Me* tujuannya ialah untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi selama ini. Tahap ketiga Pelatihan dan Pendampingan, pada tahap ini digunakan metode pelatihan, diskusi dan tanya jawab. Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi dasar (*basic*) atau perluasan (*advance*) yang disampaikan secara lisan tentang maksud, tujuan dan sasaran pencapaian hasil belajar, serta motivasi untuk mencapai hasil yang diharapkan. Pada tahapan ini akan dilakukan pelatihan dan praktik promosi dan digital marketing. Tahap terakhir yaitu Evaluasi/Monitoring, pada tahap akhir ini dilakukan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan melakukan *post-test*. Monitoring juga dilakukan selama masa pendampingan pada masa kegiatan untuk memastikan apakah penggunaan aplikasi untuk mendukung digitalisasi UMKM telah dilakukan dengan baik.

Tabel 1. Bentuk Pelaksanaan Kegiatan

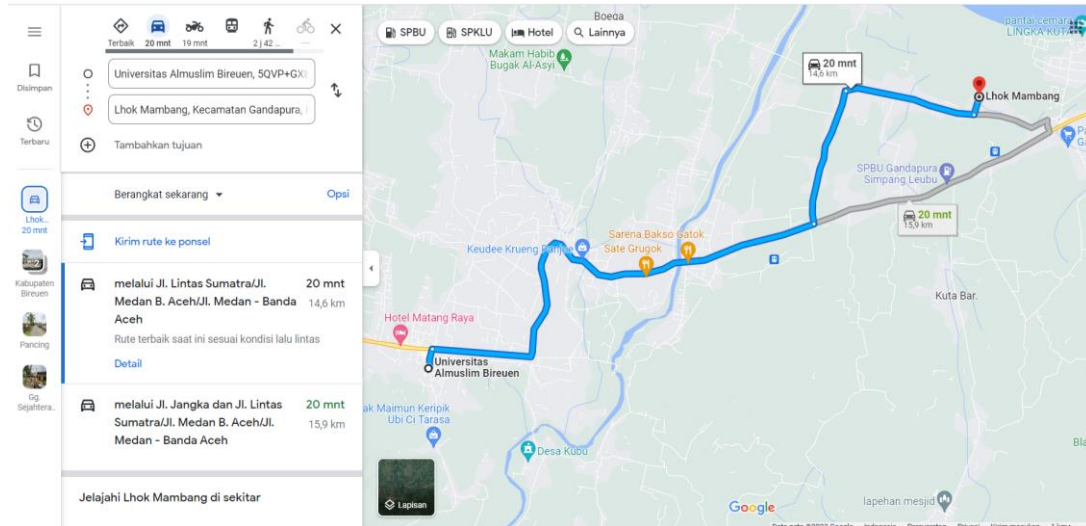
Tahapan	Kegiatan	Metode	Prosedur Kerja
1	Pemaparan materi tentang digitalisasi UMKM	Workshop dan Studi Kasus melalui presentasi	Peserta dibekali hardcopy tentang materi uang. Peserta akan diberikan pre-test di awal kegiatan. Selanjutnya memberikan pemahaman tentang digitalisasi UMKM
2	a) Pelatihan dan praktik desain promosi pemasaran digital b) Pelatihan dasar pengelolaan keuangan bagi UMKM dan praktik transaksi keuangan c) Pendampingan pembuatan Web.	Diskusi, tanya jawab dan Praktik	Peserta akan praktik langsung menggunakan aplikasi.

b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada bulan Juli – November 2023. Kegiatan ini terbagi menjadi dua tahap, yang pertama pelaksanaan kegiatan yang telah selesai dilakukan pada bulan Juli-Agustus, selanjut tahap pembinaan, evaluasi dan monitoring yang akan dilaksanakan pada bulan September-November 2023.

c. Tempat Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui tatap muka (*offline*) pada mitra UMKM *Mom n Me* di Desa Lhok Mambang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, Indonesia.



Gambar 1. Map Lokasi Kegiatan

2.2. Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Tahap pertama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat meliputi kunjungan ke UMKM *Mom n Me* di Desa Lhok Mambang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, dalam rangka melakukan wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi permasalahan yang selama ini terjadi pada UMKM *Mom n Me*.



Gambar 2. Wawancara dan Observasi

Tim yang hadir meliputi, Hakim Muttaqim, M.Ec.Dev sebagai ketua pengusul, Fauzi,S.IP.,M.A, Azka Rizkina, SE., M.Si dan 3 orang mahasiswa bimbingan yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Berdasarkan hasil observasi ditemukan beberapa permasalahan, seperti produksi, pemasaran, keuangan dan belum memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan penjualan.

Tahap kedua yaitu, menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan dan ekonomi kreatif pada peserta UMKM *Mom n Me* di Desa Lhok Mambang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. Narasumber dalam pelatihan kewirausahaan adalah M. Saleh, SE., M.Si yang merupakan ahli dibidang kewirausahaan dan juga dosen Fakultas Ekonomi Universitas Almuslim.



Gambar 3. Pelatihan Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif

Pada tahap ini peserta dilatih tentang kewirausahaan dan ekonomi kreatif, peserta dibekali materi tentang dasar-dasar kewirausahaan, teknik pengelolaan keuangan dalam usaha serta teknik promosi produk agar menarik dan dilirik oleh calon konsumen. Peserta pelatihan sebanyak 20 orang, terdiri dari pemilik dan anggota UMKM *Mom n Me*. Sebelum melaksanakan pelatihan, peserta diberikan *pretest* dan setelah kegiatan pelatihan selesai peserta diberikan *posttest*, tujuannya adalah untuk mengukur pengetahuan peserta mengenai penguasaan materi pelatihan. Tahap ketiga pelatihan digitalisasi UMKM, narasumber dalam pelatihan digitalisasi UMKM adalah Imam Dedy, M.Kom yang merupakan ahli dibidang sistem informasi dan juga dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Almuslim.

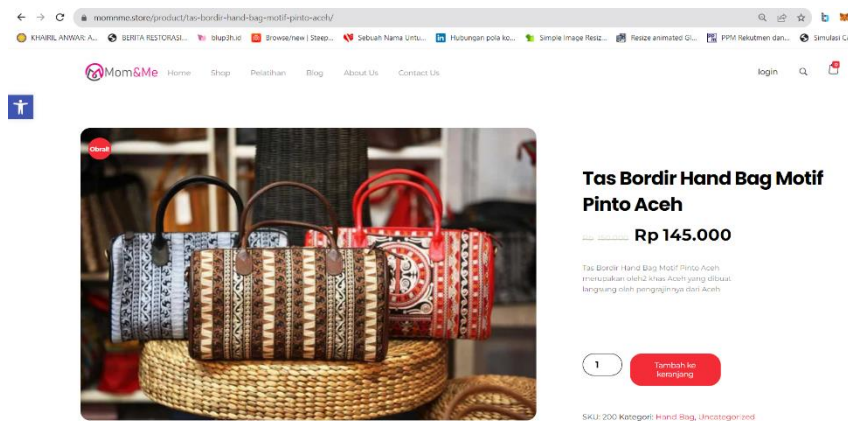


Gambar 4. Pelatihan Digitalisasi UMKM

Pelaksanaan pada tahap ini meliputi penyampaian materi tentang digitalisasi UMKM, Teknik pemasaran digital melalui media sosial dan pendampingan penggunaan website UMKM *Mom n Me*. pelatihan digitalisasi UMKM di ikuti oleh 20 orang peserta dari UMKM *Mom n Me* Desa Lhok Mambang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. Sebelum pelatihan dimulai peserta juga diberikan *pretest* dan setelah kegiatan pelatihan selesai peserta diberikan *posttest*. Materi digitalisasi UMKM diberikan oleh Imam Dedy, M.Kom.

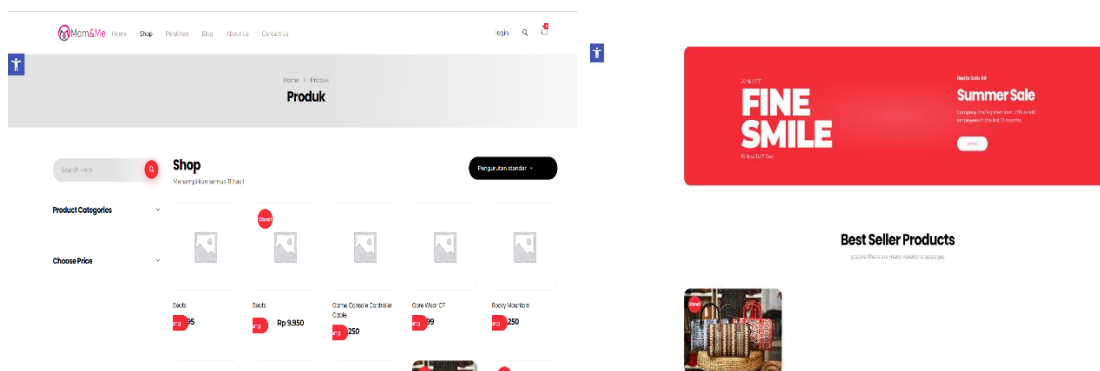
Pada tahap ini, peserta langsung dilatih dengan cara melakukan praktik penjualan *online*, baik melalui *marketplace* ataupun melalui media sosial, awalnya peserta tidak begitu familiar dengan pemasaran digital, namun setelah diberikan materi dan pemahaman dan kelebihan mengenai digitalisasi UMKM oleh Imam Dedy, M.Kom, hampir semua peserta yang hadir tertarik untuk mempelajari sistem pemasaran online, karena dengan sistem online, peserta tidak memerlukan toko, tidak memerlukan tenaga kerja dan hanya perlu mempelajari Teknik penyajian produk yang menarik

serta Teknik promosi secara online, dengan adanya sistem pemasaran digital, pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan dan menghemat biaya.



Gambar 5. Website UMKM *Mom n Me*

Pada tahap ini peserta juga diberikan pelatihan tentang tata cara penggunaan website UMKM *Mom n Me*. Website UMKM merupakan teknologi tepat guna yang diberikan kepada mitra dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Website menjadi solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM *Mom n Me*. Dengan adanya website ini, anggota UMKM *Mom n Me* dapat memasarkan dan mempromosikan produk menjadi lebih mudah dan cepat. Website ini juga dirancang agar peserta dapat mengakses pelatihan-pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta, tujuannya adalah untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi anggota UMKM *Mom n Me*.



Gambar 6. Tampilan dasar website UMKM *Mom n Me*

2.3. Masyarakat Sasaran

Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah anggota UMKM *Mom n Me* di Desa Lhok Mambang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, Indonesia.

3. Tinjauan Hasil yang dicapai

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil dilaksanakan, para peserta dari UMKM *Mom n Me* sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan, baik mengenai materi tentang kewirausahaan maupun digitalisasi UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan mitra dalam pemasaran berbasis digital serta adanya peningkatan kualitas produk mitra. Hasil yang telah dicapai dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pertama, seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas pelatihan yang dilaksanakan selama dua hari secara tatap muka langsung, kedua, adanya keinginan dari peserta pelatihan untuk memperdalam

lebih lanjut tentang pemasaran digital. Selanjutnya tim pengabdian kepada masyarakat akan melakukan evaluasi dan monitoring terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan, serta tindak lanjut kedepan akan terus mendampingi UMKM *Mom n Me* untuk menjadi UMKM mandiri dan berdaya saing.

4. Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan kegiatan Hibah dari DRTPM melalui skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat tahun 2023. Kami mengucapkan terimakasih kepada Kemdikbud-dikti yang telah mendanai kegiatan ini, serta kepada LPPM dan Universitas Almuslim yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini. Dan kepada mitra kami mengucapkan terimakasih yang telah atas Kerjasama dalam pelaksanaan pengabdian.

5. Daftar Pustaka

- [1] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 (2008) *Undang-undang Nomor 20 tentang tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Indonesia
- [2] Irawan, D. (2018). Pengembangan Kemitraan Koperasi, Usaha Mikro Dan Kecil (KUMK) Dengan Usaha Menengah/Besar Untuk Komoditi Unggulan Lokal. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 53-66. DOI: <https://doi.org/10.32670/coopetition.v9i1.52>.
- [3] Muna, N. A. (2023). Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Sabmiyya*, 2(1), 143-149.
- [4] Sila, M. A. *Dampak E-Commerce Terhadap Perubahan Kebiasaan Belanja Masyarakat Di Indonesia (Studi Kasus: Pembeli Online Di Platform E-Commerce Shopee)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). Available at: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/63146>.
- [5] Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. DOI: <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.
- [6] Christian, N. *et al.* (2021) 'Meningkatkan Penjualan Ritell Melalui Pemasaran Digital', *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* [Preprint]. Available at: <http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>.