

Social Marketing Project Pemasaran Produk UMKM Penjahit Rumahan Melalui Media Sosial Pada Usaha Jahit Ibu Noni Di Lempuing Kota Bengkulu

Amelia¹⁾; Andriyani Prawitasari²⁾; Rina Trisna Yanti³⁾; Sri Handayani⁴⁾; Siti Hanila⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ ameliaa.yaaaa@gmail.com ;² andriyaniprawitasari@gmail.com ;³ rinatrisnayanti@rocketmail.com ;⁴ iiehandayani27@gmail.com ;⁵ st.hanila@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [02 Juni 2024]

Revised [07 Agustus 2024]

Accepted [10 September 2024]

KEYWORDS

Usaha Jahit Rumahan,
Pemasaran, Media Sosial

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Sosial marketing projek pemasaran pada sebuah usaha sangat penting untuk di kembangkan pada suatu usaha agar usaha tersebut bisa lebih dikenal oleh masyarakat. Tujuan dari pengabdian masyarakat di bidang usaha jahit rumahan ini ialah untuk meberikan lowongan bagi pelaku usaha jahit agar usaha yang mereka gaungi bisa lebih banyak mendapat omset atau job dari para konsumen. Metode yang bisa dilakukan agar tercapai nya tujuan tersebut ialah dengan membantu para pelaku usaha untuk membuka lapak mereka di tempat yang strategis dan juga dengan membuka akun media sosial agar bisa memudahkan pemasaran produk. Dengan ter selesainya pembuatan media sosial pada pelaku usaha, mereka bisa langsung terjun memuat atau membagikan beberapa konten tentang produk atau jasa apa saja yang mereka tawarkan pada konsumen.

ABSTRACT

Social marketing marketing projects in a business are very important to develop in a business so that the business can be better known by the public. The aim of this community service in the home sewing business sector is to provide vacancies for sewing business actors so that the businesses they run can get more turnover or jobs from consumers. Methods that can be used to achieve this goal are by helping business people to open their stalls in strategic places and also by opening social media accounts to facilitate product marketing. With the completion of social media creation for business actors, they can immediately jump into loading or sharing some content about the products or services they offer to consumers.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbanyak di Asia Tenggara. Perbedaan jumlah UMKM antara Indonesia dengan negara lain di Asia Tenggara cukup tinggi yaitu di angka 60 juta lebih. Menurut data yang diperoleh dari ASEAN Investment Report pada bulan sebanyak 65,5 juta unit usaha. Thailand menempati urutan kedua dengan jumlah UMKM terpaut jauh di bawah Indonesia yaitu sebanyak 3,1 juta unit usaha. September tahun 2022, Indonesia menempati urutan tertinggi dengan jumlah UMKM.

Usaha jahit, sebuah bidang pekerjaan yang telah menghiasi sejarah dunia fashion dan tekstil selama berabad-abad, merupakan salah satu bentuk usaha yang terus berkembang hingga saat ini. Dalam era modern ini, usaha jahit telah mengalami perubahan dan perkembangan yang signifikan, seiring dengan evolusi gaya busana dan teknologi produksi tekstil. Berdasarkan laman Chron, usaha jahit adalah kegiatan bisnis yang berfokus pada produksi pakaian dan produk tekstil melalui proses menjahit. Bisnis ini melibatkan pemotongan kain, merakit potongan-potongan kain tersebut, dan menjahitnya menjadi pakaian atau produk tekstil sesuai dengan desain dan spesifikasi yang diinginkan. Usaha jahit dapat mencakup berbagai jenis produk, seperti pakaian busana, pakaian olahraga, pakaian kerja, perlengkapan rumah tangga (seperti seprai dan gorden), aksesoris, dan banyak lagi. Menjahit adalah salah satu usaha yang membutuhkan keahlian dan keterampilan yang tinggi. Usaha ini juga diminati oleh banyak orang. Kunci sukses dalam usaha menjahit ini yang paling utama adalah kepuasan pelanggan. Sebab, pelanggan adalah raja, jika tidak puas ia akan berpindah ke tempat lain. Untuk memuaskan pelanggan, tentunya pelayanan pelaku usaha jahit ini juga menjadi tuntutan. Berikan senyum yang baik dan sopan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan dihormati. Tidak hanya itu, kualitas produk juga harus diutamakan. Jika kualitasnya tidak baik atau tidak memuaskan pelanggan, maka pelanggan akan pergi. Oleh karena pastikan pelayanan prima dan kualitas produk terjamin. Jika pelanggan puas, maka ia tidak akan berpindah ke lain hati.

Strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan atau cara yang dapat meningkatkan keunggulan suatu usaha guna meningkatkan keuntungan suatu usaha. Pemasaran penting untuk dilakukan karena dari sini kita dapat menentukan bagaimana cara mempublikasikan produk atau usaha kita kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan jasa kita. Ada beberapa media yang bisa digunakan untuk memasarkan suatu produk atau jasa, seperti media sosial

yang kini menjadi alternatif pemasaran bagi kaum milenial. Saat ini banyak sekali bisnis-bisnis baru yang menarik dan unik yang mampu mencuri perhatian, dengan itu persaingan bisnis semakin sulit atau semakin ketat. Apalagi banyak sekali usaha jasa jahit yang sudah lebih tua dan lebih dapat dipercaya dibandingkan usaha baru yang akan berkembang. Ada banyak strategi pemasaran yang harus diperhatikan dalam memulai dan menjalankan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran atau mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM yang baru mulai mengembangkan usahanya, dan seberapa efektif strategi tersebut.

METODE

Metode yang digunakan untuk pengabdian masyarakat ini adalah metode penyuluhan kepada pemilik dari usaha jahit rumahan tentang pemasaran produk menggunakan media sosial dan pembuatan akun media sosial usaha jahit rumahan ibu Noni di Lempuing Kota Bengkulu.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yaitu:

1. Observasi Lapangan

Mengidentifikasi kondisi awal permasalahan yang di hadapi dan kebutuhan IKM tahu dan tempe.

Melakukan kunjungan langsung ke lokasi produksi, mengamati proses produksi dan melakukan wawancara dengan ibu Noni selaku pemilik usaha jahit rumahan di lampung bengkulu.

2. Monitoring dan Evaluasi

Menilai efektifitas program dan melakukan perbaikan yang diperlukan.

Melakukan monitoring secara rutin terhadap kemajuan IKM dalam menerapkan teknik dan strategi baru serta mengevaluasi dampak program terhadap peningkatan produksi dan pemasaran.

3. Metode diskusi

Metode partisipasi yaitu tim pengabdian bersama untuk mendapatkan hasil yang maksimal (Mustahil et al., 2019; Nurhayati, 2021; Nurhidayati et al., 2021). Metode partisipasi digunakan supaya tim pengabdian terjun langsung ke tempat usaha dan mengetahui permasalahan permasalahan yang ada serta membantu pengusaha untuk menemukan solusinya.

4. Metode diskusi

Metode diskusi Metode diskusi adalah pendekatan dalam komunikasi di mana dua orang atau lebih bertukar pandangan, informasi, dan argumen tentang suatu topik tertentu dengan suatu topik tertentu dengan tujuan mencapai pemahaman bersama, menyelesaikan masalah, atau membuat keputusan (Erni, 2015; Khotimah et al., 2021; Putri yani dan Tensi, 2017).Metode ini digunakan untuk mendiskusikan apa saja yang akan dilakukan selama mengabdikan agar hasil dari pengabdian dapat berguna dan bermanfaat bagi pengusaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting bagi sebuah usaha. Sebuah usaha yang berhasil adalah mampu merencanakan aktivitas pemasaran dan membentuk program pemasaran yang terintegrasi..Aktivitas pemasaran yang dimaksud adalah bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari variabel produk (product), harga (price), tempat (place) dan promosi (promotion) (Kotler dan Keller, 2009). Dari hasil wawancara dan pengamatan di lokasi bahwa permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha adalah sulit menjual produk, standarisasi dan diversifikasi produk belum ada karena sebagian besar kerajinan yang dihasilkan sama dengan pesaing, serta tidak adanya strategi promosi. Untuk itu maka bagian selanjutnya akan diuraikan strategi untuk meningkatkan daya saing dan pengembangan usaha responden yaitu strategi produk (product) dan promosi (promotion) sehingga dapat meningkatkan omset penjualan

Pada kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Social Marketing Project Pemasaran Produk UMKM Penjahit Rumahan Melalui Media Sosial pada Usaha Jahit Ibu Noni di Lempuing Kota Bengkulu" yang di laksanakan pada tanggal 30 Mei di tempat usaha jahit rumahan ibu Noni di Lempuing Kota Bengkulu. Menggunakan metode penyuluhan terhadap pemilik usaha yaitu ibu Noni tentang bagaimana cara memasarkan produk dan jasa ibu Noni menggunakan media sosial, dan juga membantu ibu Noni selaku pemilik usaha jahit rumahan membuat akun media sosial untuk memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan usaha jahit rumahan ibu Noni Lempuing Kota Bengkulu.

Penyuluhan tentang penggunaan sosial media sebagai alat untuk mempromosikan dan memasarkan produk tentu sangat penting bagi usaha yang di miliki ibu Noni, agar ibu Noni bisa mulai memasarkan produknya lebih efisien. Penyuluhan ini juga akan berdampak baik bagi usaha ibu Noni di Lempuing kota Bengkulu, yaitu bisa memperluas aspek penasarannya.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini juga dilakukan metode evaluasi, yaitu mengevaluasi produk mana dan seperti apa yang layak untuk di pasarkan kepada konsumen.

Penyelesaian Masalah

Penyelesaian masalah yang dilakukan pada saat melaksanakan kegiatan ialah

1. Membuat akun media sosial
2. Membuat produk dan jasa yang ingin di pasarkan
3. Memberi pelatihan penggunaan media sosial
4. Membantu memasarkan produk

Kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan penyuluhan dan sosialisasi pada pemilik usaha rumah jahit ibu Noni di Lampung Kota Bengkulu. Penyelesaian masalah yang terjadi pada saat pengabdian masyarakat yaitu:

1. Keterbatasan aspek pasar
 - a. Solusi
 - Melakukan promosi di media sosial
 - Membuat iklan
2. Strategi Pemasaran
 - b. Solusi
 - Melatih pelaku usaha tentang strategi pemasaran produk
 - Membantu pelaku usaha untuk membuat akun media sosial

Gambar 1 Proses Pengerjaan Produk



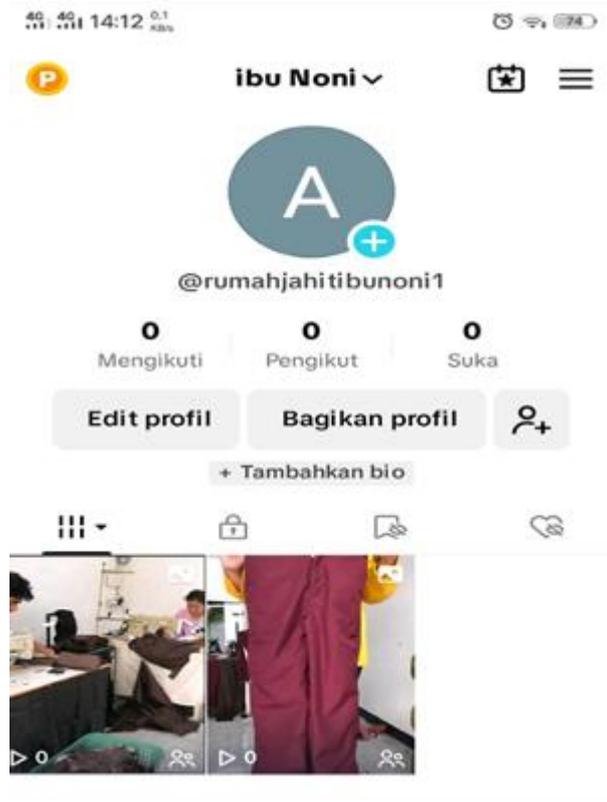
Gambar 2 Contoh Produk Yang Ingin Dipasarkan



Gambar 3 Foto Bersama Pemilik Usaha



Gambar 4 Perbuatan Akun Media Sosial



KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha jahit sebuah bidang pekerjaan yang telah menghiasi sejarah dunia fashion dan tekstil selama berabad-abad, merupakan salah satu bentuk usaha yang terus berkembang hingga saat ini. Seperti halnya usaha jahit rumahan ibu Noni di Lempuing kota Bengkulu ini masih belum berkembang pesat, dikarenakan aspek pemasaran yang begitu meluas. Oleh sebab itu kami memberikan penyuluhan terhadap usaha jahit rumahan ibu Noni di Lempuing kota Bengkulu ini untuk mengenalkan metode baru dalam pemasaran produk dan jasa yang ditawarkannya bisa lebih dikenali dan mudah ditemukan oleh konsumen. Metode yang kami gunakan di pengabdian masyarakat ini ialah metode penyuluhan dan terjun langsung membantu ibu Noni untuk memasarkan suatu produk nya ke media sosial atau market place.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Suwarni, S. Kom, M. M
2. Bapak Dr. E. Ahmad Soleh, S. E., M. Si, selalu ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu
3. Bapak/Ibu dosen Universitas Dehasen yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat
4. Ibu Noni selalu pemilik usaha jahit rumahan yang telah mengizinkan kami untuk pengabdian masyarakat di Lempuing Kota Bengkulu
5. Teman teman yang ikut mensupport dan berpartisipasi dalam pengabdian masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Natalia (2023) <https://accurate.id/bisnis-ukm/usaha-jahit/>
Analisis Manajemen Pemasaran Pada UMKM (Studi Bisnis Jahit HANIMIST) Alhaini Mistlailha Annur, Kasful Anwar *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Indonesia* 6 (1), 60-72, 2021

SOCIAL MARKETING PROJECT PEMASARAN PRODUK UMKM PENJAHIT RUMAHAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE Ade Risna Sari, Rika Lidyah, Desi Kristanti, Yudi Agusman
Jurnal Pengabdian West Science 2 (02), 179-184, 2023
Noni, 2024. Pemilik usaha jahit rumahan, Kota Bengkulu