

Optimization of digital marketing for MSMEs DASS Sablon, Tempuran

Nuryanto✉, Alvine Candra, Berno Falalanggi, Faiz Satria Mukti Utama, Alifia Herlin Lutfiannisa, Ikhbal Khasodiq
Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ nuryanto@ummgl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.6663>

Abstract

One of the most critical factors of a business, which is equally as important as the production unit itself, is marketing. Marketing is the lifeblood of a business to be able to maintain its financial viability. This integrated community service activity (PPMT) aims to assist MSMEs DASS sablon in optimizing the marketing of their products. The method used in this program is socialization and assistance in managing social media as a marketing medium. The result of this program is Instagram social media for promotional media and new t-shirt designs which are marketed using the Pre-order (PO) method for 10 days and obtained 20 buyers. Additionally, videos of partner profiles are produced as supplemental content for digital marketing initiatives.

Keywords: DASS sablon; Digital marketing; Mentoring; Social media

Optimalisasi digital marketing bagi UMKM DASS Sablon, Tempuran

Abstrak

Pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting dalam unit usaha, yang tidak kalah penting dari unit produksi itu sendiri. Pemasaran menjadi nyawa bagi sebuah unit usaha untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Kegiatan pengabdian pada masyarakat terpadu (PPMT) ini bertujuan untuk mendampingi UMKM DASS sablon dalam mengoptimalkan pemasaran produk mereka. Metode yang digunakan dalam kegiatan PPMT ini adalah sosialisasi dan pendampingan pengelolaan sosial media sebagai media pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah media sosial instagram untuk media promosi dan desain kaos baru yang dipasarkan dengan metode pre-order (PO) selama 10 hari dan didapatkan 20 pembeli. Kegiatan ini juga menghasilkan video profil mitra sebagai materi tambahan dalam kegiatan promosi digital.

Kata Kunci: DASS sablon; Pemasaran digital; Pendampingan; Media sosial

1. Pendahuluan

Pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting dalam unit usaha, yang tidak kalah penting dari unit produksi itu sendiri. Pemasaran menjadi nyawa bagi sebuah unit usaha untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sebuah usaha bisnis meskipun dengan hasil produk yang biasa saja bisa meraih sukses jika diiringi dengan strategi pemasaran yang baik dan handal. Namun sebaliknya, sebuah perusahaan dengan produk yang berkualitas tidak akan mempunyai omset penjualan yang bagus jika tidak diiringi dengan strategi pemasaran yang tepat (Maryono et al., 2019).

Untuk mengatasi permasalahan ini, dilakukannya pemasaran berbasis digital dalam melakukan pemasaran produk secara *online* (Purwana et al., 2017). Strategi pemasaran digital atau pemasaran *online* saat ini sangat penting dilakukan dan dapat diyakini lebih efektif serta efisien untuk menjangkau target pasar yang diinginkan. Dengan internet, semua orang dapat mengakses, baik masyarakat lokal maupun internasional sehingga peluang pasarnya lebih luas.

Pradiani (2017) pun sudah membuktikan bahwa pemasaran secara *online* memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk. Hal ini karena masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara *online*, bahkan membeli produk secara *online*. Pemasaran secara *online* juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran *offline* (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Berdasarkan hal tersebut, tim Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT) berfokus pada pengembangan UMKM di Dusun Kebon Agung, Desa Jogomulyo, Kecamatan Tempuran, Kabupaten Magelang. Salah satunya adalah UMKM DASS sablon.

UMKM DASS sablon adalah UMKM yang berfokus pada pembuatan sablon kaos, hoodie, *full print* jersey, pembuatan stiker dan printing baju. Pelaku UMKM ini merupakan warga Dusun Kebon Agung sendiri dan dalam aktivitas produksinya melibatkan masyarakat yang ada di dusun tersebut. Salah satu hasil produksi UMKM DASS sablon ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil produksi sablon UMKM Dass sablon

2. Metode

Berdasarkan masalah di atas, maka dilakukan observasi pada mitra dan mencari solusi dari masalah tersebut. Setelah mengidentifikasi masalah dan bagaimana mencari solusinya, maka dilaksanakanlah program pemberdayaan UMKM. Kegiatan yang dilakukan mendukung promosi produk-produk yang dihasilkan, terlebih lagi dengan membuat akun media sosial berupa Instagram, yang kemudian dijadikan sebagai media pemasaran. Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pegawai mitra untuk menggunakan media sosial tersebut, pendampingan pembuatan video yang menarik dan lain sebagainya.

3. Hasil dan Pembahasan

Desa Jogomulyo merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tempuran Kabupaten Magelang. Wilayah ini merupakan kawasan industri atau pabrik dan

terdapat konveksi sablon yang diharapkan dapat menjadi vendor mitra bagi pabrik untuk memenuhi seragam mereka. Usaha ini dapat berkembang serta dipercaya sebagai vendor konveksi yang dapat bersaing dengan vendor-vendor yang lain, apabila dapat menunjukkan hasil kinerja dan produksi dengan baik untuk menambah tingkat kepercayaan konsumen.

Usaha DASS sablon ini berdiri sejak tahun 2018, yang dulunya masih dikerjakan sendiri dan hingga kini sudah mempunyai 3 karyawan. Seperti UMKM sablon lain, metode kerja untuk mengerjakan proses sablon masih menggunakan cara semi manual. Penggunaan mesin digunakan untuk mengerjakan *printing* dan menjahit kaos. UMKM ini diharapkan dapat berkembang pesat karena masih punya peluang untuk memperluas jangkauan promosi dan pemasarannya, khususnya di wilayah Kecamatan Tempuran.

Optimalisasi penggunaan *market place* dan sosial media untuk penjualan *online* dilakukan sebagai upaya meningkatkan penjualan produk di UMKM DASS Sablon. Tim PPMT Unimma melakukan beberapa kegiatan berbasis masyarakat. Hal ini dilakukan karena belum optimalnya penggunaan *market place* dan sosial media, serta pembuatan alat bantu penunjang pemasaran. Berdasarkan hal tersebut, maka tim PPMT Unimma mengadakan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan untuk UMKM DASS Sablon.

Pada tahap pertama dilakukan observasi di lokasi pengabdian, yaitu DASS Sablon sebagai tempat pelaksanaan PPMT di Dusun Jogomulyo, Desa Kebon Agung, Kecamatan Tempuran, Kabupaten Magelang. Setelah mendapat ijin dari pemilik DASS Sablon, selanjutnya meminta ijin dari Lurah setempat. Setelah selesai soal perijinan, di hari berikutnya secara resmi dilakukan pembukaan pelaksanaan PPMT di Desa Jogomulyo. Dalam pembukaan itu juga membahas program kerja kedepannya dari PPMT Jogomulyo bersama pemilik seperti [Gambar 2](#).



[Gambar 2](#). Observasi lapangan

Pada tahap kedua, dilaksanakan pembuatan beberapa desain sablon kaos untuk dipasarkan secara digital. Setelah beberapa perubahan dan usulan, karyawan DASS Sablon tentang pembuatan desain selama kurang lebih 4 hari, terpilihlah 2 desain yang dijadikan produk pemasaran digital. Setelah ditentukan desain kasar yang telah disetujui, kemudian dieksekusi menggunakan Adobe Illustrator sebagai hasil akhir dari desain yang akan dibuat, kegiatan ini ditunjukkan pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Proses desain sablon

Kegiatan selanjutnya adalah simulasi pemasaran produk menggunakan model PO (Pre-Order) yang diunggah ke Instagram “ppmt_dass.sablon”, yang ditunjukkan pada Gambar 4. Selain itu, juga diunggah pada media sosial pribadi dari para anggota tim untuk menjangkau lebih jauh lagi pemasarannya. Promosi ini dibarengi dengan pembuatan *free sticker* agar lebih menarik para pembeli. Pemasaran ini dilaksanakan selama kurang lebih 10 hari dan mendapatkan 20 konsumen yang telah melakukan pre-order. Tahap selanjutnya dilaksanakannya sosialisasi pembekalan dengan materi tentang bagaimana memaksimalkan digital *marketing* di era serba digital dan juga sosialisasi bagaimana teknik pengambilan video dan foto yang unik agar konsumen tertarik dan membeli produk dari DASS Sablon.



Gambar 4. Promosi pre-order melalui Instagram

Pada tahap akhir, pendampingan pembuatan sablon kaos. Untuk proses pertama menaruh desain yang sudah jadi ke kaca film secara bertahap, kemudian pencampuran tinta sesuai kebutuhan. Dilanjutkan dengan pencetakan sablon dengan cara manual yaitu “digesut” (Gambar 5). Kemudian dilanjutkan dengan proses pres sablon yang sudah tercetak di kaos supaya lebih awet. Selanjutnya *finishing*, yaitu proses penjahitan kaos dan siap untuk dikirimkan ke konsumen.



Gambar 5. Proses sablon kaos

4. Kesimpulan

Kegiatan program Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT) di Dusun Kebon Agung, Kelurahan Jogomulyo, Kecamatan Tempuran, Kabupaten Magelang ini diharapkan dapat lebih mengenalkan DASS sablon sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang sablon kaos dengan kualitas bagus dan bisa bersaing dengan vendor kaos lainnya. Namun demikian, dari vendor ini juga dapat meningkatkan jumlah dan kualitas produksinya. Optimalisasi metode pemasaran yang dibuat dengan menggunakan media sosial Instagram akan sangat efektif menjangkau dan mengenalkan produk-produk yang dihasilkan dengan lebih efektif dan efisien kepada masyarakat luas. Setelah vendor ini dapat mengembangkan usahanya dengan baik akan sangat berdampak pada pendapatan dan kinerja UMKM ini, sehingga peranan pemberdayaan UMKM yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini akan lebih terasa manfaatnya di waktu mendatang.

Daftar Pustaka

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1(2), 61-76.
- Maryono, D., Subiyantoro, S., & Susilaningsih, S. (2019). Profil Pemasaran Online Usaha Kerajinan Topeng Dan Kayu Batik Desa Bobung Gunungkidul. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 10(2), 87-98.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License