

Pendampingan Usaha Mikro Penjahit dengan Pemanfaatan Papan Identitas dan Media Sosial sebagai Media Promosi

Abu Nizarudin¹, Sumiyati², Ary Faturrachman Aryansyah³, Rizky Arif Afandi⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bangka Belitung

²sumiyati.lec2019@gmail.com

Received: 15 Mei 2023; Revised: 15 Februari 2024; Accepted: 21 Maret 2024

Abstract

This activity is a university-level community service (PKM) program in partnership with the "Cikar Gale" tailor. This program is business assistance for microbusiness tailoring services in Pangkalpinang. Assistance is carried out with the aim of increasing business promotion through the use of business identity boards (signboards) and social media. Business assistance is carried out by creating business identity boards (signboards) and social media. This PKM is important to carry out considering that partners are women who are the backbone of the family and who also employ women without husbands and without a fixed income. The PKM method is implemented using the mentoring method. The final result of this PKM is that it is hoped that partners will have identity boards and social media. Evaluation is carried out by interview and final observation to partners containing suggestions and input for improvements that still need to be made.

Keywords: *business assistance; promotion; business identity board; female workers; social media*

Abstrak

Kegiatan ini merupakan program pengabdian kepada masyarakat (PKM) tingkat universitas yang bermitra dengan Penjahit "Cikar Gale". Program ini merupakan pendampingan usaha untuk usaha mikro jasa penjahit pakaian di Pangkalpinang. Pendampingan dilakukan bertujuan untuk meningkatkan promosi usaha melalui penggunaan papan identitas usaha (*signboard*) dan media sosial. Pendampingan usaha dilakukan dengan membuat papan identitas usaha (*signboard*) dan media sosial. PKM ini penting dilakukan mengingat bahwa mitra adalah perempuan tulang punggung keluarga yang juga memperkerjakan perempuan tanpa suami dan tanpa penghasilan tetap. Metode PKM dilaksanakan dengan metode pendampingan. Hasil akhir dari PKM ini diharapkan mitra memiliki papan identitas dan media sosial. Evaluasi dilakukan dengan wawancara dan observasi akhir kepada mitra yang berisi saran dan masukan untuk memperbaiki yang masih perlu dilakukan.

Kata Kunci: pendampingan usaha; promosi; papan identitas usaha; pekerja perempuan; media sosial

A. PENDAHULUAN

Usaha jasa memiliki keunikan tersendiri yang berbeda dengan usaha dagang dan usaha pengelohan. Dalam usaha jasa, entitas umumnya tidak memiliki persediaan barang atau bahan baku sehingga pemilik tidak perlu mengkhawatirkan soal barang yang tidak habis

digunakan atau dijual. Namun kekurangannya adalah kegiatan promosi usaha dan persaingan bisnis yang sangat ketat menjadi tantangan sendiri bagi usaha jasa. Usaha jasa khususnya jasa penjahit baju melakukan promosi dari mulut ke mulut. Selain permasalahan klasik tentang ketidakterediaan laporan keuangan,

Pendampingan Usaha Mikro Penjahit dengan Pemanfaatan Papan Identitas dan Media Sosial sebagai Media Promosi

Abu Nizarudin, Sumiyati, Ary Faturrachman Aryansyah, Rizky Arif Afandi

juga menghadapi perputaran usaha cukup lama akibat keterbatasan tenaga pekerja yang terampil. Selain itu, usaha ini biasanya berlangsung hanya ketika ada pesanan dari *customer* sehingga tidak melakukan produksi secara terus menerus.

Salah satu strategi promosi klasik dan dilakukan oleh banyak orang adalah menggunakan papan identitas usaha atau papan nama usaha dan media sosial. Papan nama sangat penting bagi usaha karena menunjukkan identitas tempat usaha. Papan nama juga digunakan sebagai sarana/alat promosi dan media untuk *branding*. Selain itu, dengan penggunaan papan nama, tempat usaha menjadi lebih menarik dan memudahkan *customer* mencari lokasi usaha. Menurut Rudiyanto et al., (2014) papan nama adalah media komunikasi visual pemasaran karena papan nama dapat mempengaruhi psikologis dan menggugah simpati banyak orang.

Hasil survei yang dilakukan oleh Melinda et al., (2017) menyimpulkan bahwa penggunaan media promosi *signboard* merupakan media promosi yang paling efektif untuk menarik perhatian (*intention*) sehingga menumbuhkan kesadaran yang membuat *customer* memutuskan untuk datang mengunjungi toko. Ini membuktikan bahwa kemampuan papan identitas merupakan cara yang paling mudah untuk dikenali dan menjadi daya tarik bagi pengunjung. Selain itu, media sosial juga merupakan cara yang paling ampuh dalam Upaya promosi. Terbukti hasil beberapa survei menyatakan bahwa media sosial merupakan alat yang sangat efisien dan efektif dalam promosi.

Media sosial merupakan pendekatan pemasaran yang paling mudah dan murah saat ini. Terutama untuk memenangkan persaingan karena dapat menjangkau belahan dunia mana pun. Abbasi et al (2022) menyatakan bahwa tekanan persaingan dan juga pemenuhan keinginan konsumen menjadi alasan penting bagi Usaha Kecil Menengah dalam mengadopsi media sosial untuk promosi usaha mereka. Sementara itu Oktaviani dan Fatchiya (2019) menyimpulkan bahwa media sosial sangat efektif dalam menimbulkan rasa

ketertarikan dan keinginan untuk mengunjungi destinasi. Untuk itu, kebutuhan usaha akan papan identitas dan media sosial sangat penting untuk keberlangsungan usaha.

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini akan bermitra dengan usaha jasa penjahit “Cikar Gale” yang beralamat di Bukit Baru Pangkalpinang. Pemilik usaha bernama Usdiningsih atau dikenal dengan panggilan Yuk Dedek. Beliau mengembangkan usaha ini sejak tiga tahun lalu sendirian. Saat ini sudah memiliki karyawan satu orang yang membantunya dalam produksi. Mitra menyewa ruko kecil tanpa papan nama terletak di tepi jalan raya meskipun bukan jalan utama. Selain itu, mitra tidak memiliki metode bisnis yang belum memadai. Mitra belum menyediakan katalog pakaian, tidak menggunakan merek sendiri dan tidak menyusun laporan keuangan dengan baik. Dengan satu orang karyawan bagian produksi, tentunya laporan keuangan pun sulit diselenggarakan karena keterbatasan tersebut.

Gunawan (2021) mengungkapkan bahwa usaha penjahit menghadapi masalah terutama ketika jasa penjahit dibutuhkan saat *costumer* membutuhkan busana pesta dan seragam. Busana pesta hanya digunakan saat tertentu saja dan tidak setiap saat pesanan datang, sementara seragam kebanyakan menggunakan konveksi besar yang jauh lebih murah dan bermodal besar. Dengan demikian, persaingan bisnis usaha jahit baju sangat kompetitif. Permasalahan lain juga kesulitan memperoleh tenaga kerja terampil karena menjahit baju membutuhkan keahlian khusus. Gambar 1 adalah tempat usaha dijalankan. Dari gambar tanpa terlihat usaha tersebut tanpa identitas dan sederhana.



Gambar 1. Tempat Usaha Mitra

PKM ini sangat penting dilakukan mengingat pemilik usaha merupakan usahawan baru dan tulang punggung keluarga. Usaha ini merupakan salah satu bentuk upaya beliau memenuhi kebutuhan rumah tangganya. Selain itu, tenaga kerja mitra berstatus janda dengan dua orang anak usia sekolah tanpa penghasilan tetap. Perempuan sebagai tulang punggung keluarga menjadi fenomena tersendiri dalam masyarakat. Selain sebagai istri dan ibu, mereka juga dituntut untuk menafkahi keluarganya. Seiring dengan kebutuhan yang semakin meningkat maka tuntutan untuk menghasilkan penghasilan juga semakin tinggi. Karenanya pengabdian ini tidak hanya membantu mengelola usaha, tetapi juga membantu mitra dalam memenuhi kebutuhan keluarganya. Dengan usaha yang terus berkembang maka diharapkan perekonomian keluarga juga akan meningkat.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat diselesaikan dengan aktivitas utama yakni: (1) pendampingan usaha untuk perancangan logo dan papan identitas sebagai media tradisional yang sangat sering digunakan oleh kebanyakan pemilik usaha untuk memberikan tanda bagi konsumen sehingga memudahkan mereka untuk mencapai tempat usaha. Selain itu juga dapat digunakan sebagai media promosi usaha. (2) perancangan katalog *online* menggunakan media sosial untuk memudahkan konsumen melihat desain produk dan hasil produk yang sudah jadi secara *online*. Adapun target yang ingin dicapai dari kegiatan tersebut diharapkan peningkatan pesanan jahitan mitra dalam waktu dua bulan.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat adalah metode pendampingan. Pendampingan dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan kelompok lain, yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, perilaku dan sikap yang diperlukan untuk mendukung operasional bisnis mereka. Pendampingan dapat dicapai dengan berbagai metode alternatif, metode presentasi dan

diskusi menjadi metode yang relatif sering digunakan (Harianie et al., 2020). Langkah-langkah untuk melakukan kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Melakukan observasi terhadap lokasi usaha mitra untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra, kemudian dicari solusi yang tepat. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diawali dengan observasi yang dilakukan secara berulang-ulang untuk mengumpulkan informasi dan data terkait permasalahan yang dihadapi mitra.
2. Memberikan dukungan pemasaran *online*, membuat papan tanda, membuat skor lokasi Google Maps, membuat kartu nama dan membuat plastik tanda pengenalan mitra. Dukungan pemasaran meliputi promosi melalui media dan pemasangan properti di lingkungan komersial yang mengakibatkan adanya tanda-tanda yang berisi informasi komersial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media pemasaran tradisional menggunakan papan identitas (*signboard*) dan media sosial pada mitra pengabdian Usaha Mikro Penjahit “Cikar Gale”. Usaha Mitra adalah dalam bidang menjahit pakaian atau seragam baik laki-laki, perempuan dan anak-anak yang berlokasi di Jalan Delima, Taman Bunga, Bukit Baru Kecamatan Gerunggang, Kota Pangkalpinang, Bangka Belitung. Kegiatan diselenggarakan sejak bulan Mei hingga September 2023.

1. Peninjauan Lokasi Mitra

Lokasi Mitra tidak terlalu jauh dari jalan raya utama Kecamatan Gerunggang dan dapat dikatakan konsumen tidak akan mengalami kesulitan untuk menemukannya. Meskipun demikian, dengan wilayah yang luas dan banyaknya toko-toko yang berdiri di antaranya, tentu mitra membutuhkan tanda pengenalnya terutama sebagai promosi sebab di dalam toko sendiri yang disediakan tidak hanya jasa penjahit tetapi juga konveksi dari *brand* tertentu.

2. Perancangan Logo

Setelah melakukan observasi ke lokasi mitra, tim merancang logo dan informasi yang

Pendampingan Usaha Mikro Penjahit dengan Pemanfaatan Papan Identitas dan Media Sosial sebagai Media Promosi

Abu Nizarudin, Sumiyati, Ary Faturrachman Aryansyah, Rizky Arif Afandi

akan dicantumkan pada tanda tersebut. Menurut Christianingrum et al., (2021), logo sangat penting dalam bisnis karena melalui logo dapat terbentuk identitas merek, terutama sebagai sarana promosi bisnis dan pengenalan produk kepada calon konsumen. Logo digunakan untuk memasarkan produk dan membangun kepercayaan pelanggan saat membeli produk, termasuk strategi pemasaran digital (Yuliastuti, 2021). Logo yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Desain Logo yang sudah Jadi

3. Perancangan, pembuatan dan pemasangan rambu

Papan identitas sangat penting bagi pemilik bisnis. Papan identitas (*signboard*) membantu konsumen menemukan lokasi mitra. Berdasarkan diskusi dengan Mitra, Mitra meminta agar plang tersebut dibuat berukuran 200 cm x 100 cm dan dipasang di atap toko agar mudah terlihat. Informasi yang tertera pada papan nama antara lain logo, nama perusahaan, nomor telepon, alamat dan jenis jasa jahit yang diterima mitra. Papan nama ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Desain Logo yang Sudah Jadi

4. Penyerahan Plang Identitas

Plang identitas diserahkan oleh tim pengabdian langsung kepada mitra (Gambar 4). Penyerahan ini sekaligus pemasangan plang identitas pada ruko yang disewa mitra. Mitra menyebutkan bahwa telah lama menginginkan adanya plang identitas ini karena kegiatan bisnisnya termasuk usaha baru dan belum banyak dikenal orang. Dengan adanya plang ini, mitra berharap bahwa konsumen mengenal usahanya dan mudah mencari lokasi keberadaan tokonya.



Gambar 4. Penyerahan Plang Identitas

5. Pemasangan Plang Identitas

Pemasangan plang identitas dilakukan oleh Perusahaan percetakan dan ditempatkan pada atap ruko agar mudah dikenali. Plang ini dapat bertahan lebih dari satu tahun dan menjadi penanda keberadaan usaha penjahit mitra (Gambar 5).



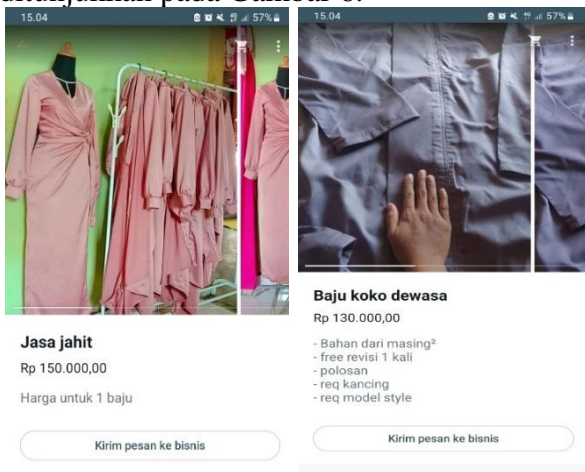
Gambar 5. Pemasangan Plang Identitas

6. Perancangan dan Pembuatan Akun Bisnis Media Sosial

Menurut Budiyanto (2020), portofolio pemasaran WhatsApp yang baik dapat dipahami sebagai manajemen pemasaran yang dapat digunakan untuk mempertahankan bisnis dengan cara menjual ke pasar sasaran sehingga mengoptimalkan produk. Katalog WA dihadirkan sebagai katalog digital yang dapat memberikan *link* yang memungkinkan pelanggan dan prospek memilih alternatif model yang diinginkan. Untuk membuat folder WhatsApp ini, kita harus mengubah akun

WhatsApp Anda terlebih dahulu menjadi akun bisnis.

Kita dapat mengubah variasi pakaian di katalog WhatsApp dengan menambahkan atau menghapusnya. Katalog ini dimaksudkan untuk membantu pelanggan saat ini dan calon pelanggan dengan mudah memilih alternatif model pakaian yang mereka inginkan. Kategori WhatsApp ini ditunjukkan pada gambar. Dengan katalog digital ini, pelanggan saat ini dan calon pelanggan dapat dengan mudah memilih alternatif desain pakaian yang diinginkan. Sebagian dari katalog WhatsApp ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Katalog Desain Baju melalui WhatsApp

D. PENUTUP

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan usaha penjahit sebagai mitra. Usaha mitra penjahit Cikar Gale berlokasi di Jalan Delima, Taman Bunga, Bukit Baru Kecamatan Gerunggang, Kota Pangkalpinang, Bangka Belitung.

Simpulan

Mitra sudah menjalankan usahanya lebih dari tiga tahun lalu yang untuk pertama kali menjalankan usaha di rumah pemilik dan kemudian berpindah dengan menyewa ruko kecil pada alamat sekarang. Permasalahan yang dihadapi yakni mitra belum dikenal dengan baik di wilayah Pangkalpinang sekitarnya karena kurangnya pemasaran. Aspek pemasaran yang menjadi permasalahan mitra di antaranya: (1) belum memiliki plang identitas yang menandai tempat usaha

sehingga konsumen tidak mengenal jenis bisnis yang dijalankan oleh mitra; dan (2) tidak adanya katalog busana yang memanfaatkan media sosial sehingga konsumen tidak dapat melihat contoh model dan hasil jahitan yang sudah dibuat oleh mitra. Pemecahan permasalahan yang diberikan adalah: (1) merancang, membuat dan memasang plang identitas yang berisi nama, logo, jasa yang ditawarkan dan nomor yang dapat dihubungi; dan (2) merancang dan membuat katalog desain *online* dengan menggunakan WhatsApp.

Saran

Hasil evaluasi berdasarkan pengamatan dan wawancara kepada mitra yang dilakukan hingga bulan September 2023, dengan adanya plang identitas dan katalog *online*, pesanan mitra mulai meningkat di mana saat ini mitra mulai mengerjakan borongan seragam sekolah. Hasil evaluasi juga menyimpulkan bahwa mitra membutuhkan tambahan mesin untuk obral dan neci sekaligus. Selain itu, mitra juga masih mencatat kas masuk dan keluar secara manual di buku tulis sehingga membutuhkan bantuan berupa penyusunan laporan keuangan dengan sistem *double entry*. Sedangkan untuk promosi, berikutnya mitra membutuhkan kartu nama dan kemasan yang layak untuk produknya. Kesimpulan berisikan keseluruhan perencanaan sampai pada kegiatan pengabdian berakhir.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Universitas Bangka Belitung atas pendanaan pengabdian melalui skema pengabdian dosen tingkat Universitas pada tahun 2023.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, A. G., Abdul Rahim, N. F., Wu, H., Iranmanesh, M., & Keong, B. N. C. (2022). Determinants of SME's Social Media Marketing Adoption: Competitive Industry as a Moderator. *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440211067220>.
- Budiyanto, T. (2020). Strategi Pemasaran UKM Wanita Aisyiah Muhammadiyah

Pendampingan Usaha Mikro Penjahit dengan Pemanfaatan Papan Identitas dan Media Sosial sebagai Media Promosi

Abu Nizarudin, Sumiyati, Ary Faturrachman Aryansyah, Rizky Arif Afandi

- Bali. SPEKTA (Jurnal Pengabdian Masyarakat : Teknologi dan Aplikasi), 1(1), 17. <https://doi.org/10.12928/spekta.v1i1.2649>.
- Christianingrum, Saputra, D., Yusuf, & Ulyana, D. (2021). Pelatihan Pembuatan Design Logo Sebagai Upaya Menanamkan Kesadaran Merek Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam. *Ikraith-adima*, 4(1), 74–80.
- Gunawan, B., Sedayu, K., & Bantul, K. (2021). DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA Wahid Hasyim , Nologaten Kodya , 789–798.
- Harianie, L., Shinta, S., Biarrohmah, L., Rohmah, L. H., & Maslahah, W. (2020). Pendampingan Ibu-Ibu PKK Kecamatan Lowokwaru Malang melalui Pelatihan Pembuatan Pestisida Nabati sebagai Pengendalian Hama Sayuran Hidroponik. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 175–184. <https://doi.org/10.30653/002.202051.274>.
- Melinda, Sylvia. (2017). Efektivitas Billboard dan Signboard sebagai Media Promosi Suroboyo Carnival Park. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 5, No. 1. Universitas Petra Surabaya.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.46937/17201926586>.
- Rudiyanto, G., Eveline, C, S., & Udarnato. (2014). Papan Nama Sebagai Media Komunikasi Visual Pemasaran Kelom Geulis Di Tasikmalaya. *Dimensi*, Vol. 11, No. 2, September 2014.
- Yuliastuti, P. (2021). The Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty at Plaza Toyota Workshop Bandung. *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, 56–70. <https://doi.org/10.32628/ijrsrst21826>.