

Pengembangan Usaha Hijab Store dalam Penerapan Strategi Pemasaran Berbasis Digital

PUTRI ZAHRO PERMATASARI

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

zhrpsputri@gmail.com

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) ialah bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa. Setelah mendapatkan ilmu didunia Pendidikan, mahasiswa diharapkan dapat menerapkan kepada masyarakat. KKN menjadi sarana bagi mahasiswa untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan yang lebih luas dan mendapat pengalaman melalui masyarakat. Peningkatan pemahaman mengenai pengembangan usaha hijab dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis digital. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang mengembangkan usaha dengan menerapkan strategi marketing berbasis digital. Adanya pandemic virus Covid-19 di Indonesia yang terjadi sejak bulan Maret 2020 membuat semua masyarakat harus memberhentikan kegiatan/aktifitas diluar rumah seperti, WFH, pembelajaran secara daring, Pemberhentian Kerja secara tiba-tiba. Masyarakat Di desa Tambak Cemandi Sedati, Sidoarjo terkena dampak seperti kehilangan pekerjaan, daya beli masyarakat pun berkurang. Begitu juga dengan pendapatan sebagian masyarakat di desa Tambak Cemandi yang sebagian bermata pencarian sebagai pedagang. Alhasil dagangan menjadi sepi pelanggan karena adanya kebijakan sosial distancing yang membuat masyarakat membatasi diri untuk keluar rumah. Keadaan tersebut membuat perekonomian masyarakat di desa Tambak Cemandi terganggu. Contohnya pada salah seorang masyarakat yang memiliki usaha Hijab rumahan. Melalui program KKN UNTAG Digitalisasi UMKM dan Pelayanan Desa, diharapkan mampu membantu masyarakat bertahan dalam masa pandemi ini maupun untuk periode yang berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital. Hal ini bisa dilakukan dengan mengembangkan inovasi pembuatan Hijab yang bervariasi dan berkembang, pengemasan yang baik, serta penjualan yang efektif dengan memanfaatkan digital marketing pada E-commerce maupun media sosial sebagai sarana strategi penjualan.

Kata kunci: pengembangan usaha, covid-19, pemasaran digital

Pendahuluan

Dalam mengukur kemakmuran sebuah negara ada berbagai sudut pandang atau berbagai bidang yang berbeda, yang diantaranya sudut pandang perekonomian negara tersebut. Dalam meningkatkan perekonomian yang ada di Indonesia dengan memberdayakan masyarakat Indonesia melalui program UMKM. UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja serta berperan dalam proses peningkatan pendapatan masyarakat, bahkan pada masa krisis seperti dimasa pandemic ini UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi.

Sebagai kewirausahaan pastinya sangat memerlukan sifat dan karakter, akhir-akhir ini masyarakat semakin meningkat untuk menjadi seorang wirausahawan. Menjadi seorang wirausahawan memerlukan kerja keras, keuletan, kreatif dan inovatif serta keberanian untuk mengambil resiko. Adapun karakter khusus yang diperlukan wirausaha agar bisa mencapai kesuksesan sebagai seorang wirausahawan.

Digital marketing merupakan pemasaran barang atau jasa yang tertarget, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan pertama dari digital marketing ialah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan *traffic* penjualan. Adanya strategi digital marketing dalam UMKM untuk membantu pemasar menganalisis konsumen dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang didapat dari konsumen.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, saat ini penggunaan internet sudah tidak asing lagi untuk memasarkan suatu produk. Suatu usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet dapat disebut juga emarketing. E- marketing adalah sisi pemasaran dari e-commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. E-commerce adalah sistem penjualan yang berkembang setelah ditemukan Internet. Sistem pemasaran atau penjualan seperti ini bisa menjangkau seluruh dunia pada saat yang bersamaan tanpa harus mendirikan kantor cabang di semua negara. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa berhenti. Dengan hanya melalui unit komputer yang terhubung ke Internet, perusahaan dapat memasarkan produk-produknya. Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan social media (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung. Melihat banyaknya pengakses sosial media di Indonesia melalui smartphones, bisa menjadi peluang bisnis yang baik, salah satunya di bidang industri hijab. Hijab sepuluh tahun belakangan ini sudah menjadi sebuah tren di masyarakat Indonesia.

Hal ini dikarenakan terdapat beberapa pokok permasalahan kurangnya pemahaman masyarakat tentang memanfaatkan teknologi Digital seperti, social media,marketplace dan, toko online. kebanyakan warga Di Desa Tambak Cemandi memakai teknologi digital hanya untuk konten, game, atau bahkan hanya untuk komunikasi dengan keluarga&teman warga di desa Tambak Cemandi Kurang memanfaatkan social media yang mereka punya untuk mengembangkan UMKM yang warga miliki.

Berdasarkan permasalahan diatas, dalam kegiatan KKN UNTAG Digitalisasi UMKM dan Pelayanan Desa penulis ingin memberdayakan wirausaha produk home industry khususnya produk Hijab Store yang dimiliki salah satu warga di desa Tambak Cemandi, Kabupaten Sidoarjo. Dalam upaya memberdayakan wirausahawan tersebut maka perlu membuat pemahaman mengenai bagaimana berinovasi dalam pembuatan produk hingga memasarkannya melalui perkembangan teknologi saat ini. Hal ini bertujuan agar wirausahawan home industry tersebut dapat memahami dan mengimplementasikan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan serta pemasaran produk melalui pelatihan-pelatihan yang diadakan selama kegiatan. Tujuannya adalah meningkatkan pemahaman masyarakat terutama warga yang memiliki UMKM yang saat ini lagi sepi pelanggan dan belum menerapkan pemasaran berbasis digital dalam UMKMnya.

Metode

Metode dalam pelaksanaan KKN UNTAG Digitalisasi UMKM dan Pelayanan Desa ini dilakukan dengan mengadakan pelatihan, pendampingan, serta memasarkan langsung produk di *E-commerce* maupun di media social, metode tersebut terprogram dan dilakukan bertahap setiap minggu selama 45 hari.

A. Perencanaan

Tahap pertama dalam kegiatan KKN ini adalah dengan menentukan perencanaan program pelaksanaan KKN selama 45 hari. Pada tahap ini penulis melakukan survei untuk mengetahui

permasalahan yang ada pada mitra dengan begitu dapat mengetahui solusinya. Survei ini dilakukan dengan wawancara kepada mitra KKN maupun perangkat desa terkait untuk mendukung program KKN ini.

B. Permasalahan

Permasalahan yang tampak adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang memanfaatkan teknologi Digital seperti, social media, marketplace dan, toko online. kebanyakan warga Di Desa Tambak Cemandi memakai teknologi digital hanya untuk konten, game, atau bahkan hanya untuk komunikasi dengan keluarga&teman warga di desa Tambak Cemandi Kurang memanfaatkan social media yang mereka punya untuk mengembangkan UMKM yang warga miliki.

C. Koordinasi & Persetujuan

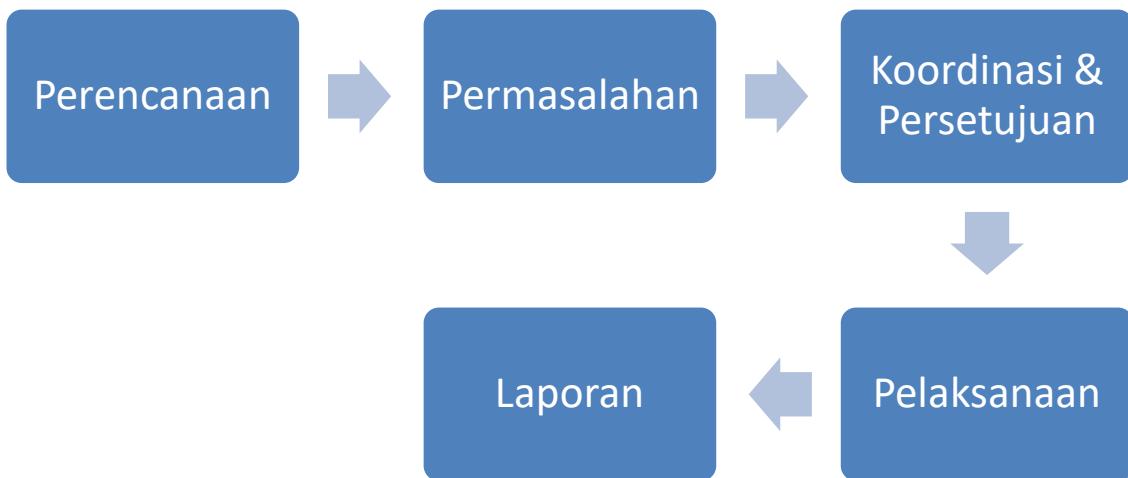
Adanya koordinasi yang dilakukan dengan RT setempat agar dapat memberikan gambaran terhadap keadaan warga saat ini juga dapat memberikan masukan untuk dapat menjalankan kegiatan pengembangan UMKM di Desa Tambak Cemandi. Pastikan kegiatan KKN ini sudah disetujui baik dari pihak dosen pembimbing lapangan dan pengurus RT setempat.

D. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini merupakan tahap dilaksanakannya program kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya. Setelah mendapatkan persetujuan untuk melakukan kegiatan KKN ini pelaksanaan akan dimulai secara bertahap setiap minggunya selama 45 hari. Program kegiatan berupa pemberian materi, pelatihan, serta pendampingan praktik langsung agar mitra dapat memahami materi yang telah disampaikan.

E. Laporan

Laporan harian kegiatan KKN akan disusun setiap selesai melakukan kegiatan harian setelah Menyusun di unggah di platform yang sudah di sediakan, dan laporan akhir kegiatan akan disusun dan diunggah pada tanggal 20 juni 2022.



Hasil Dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan KKN yang dilaksanakan di RT 05/02, Tambak Cemandi kecamatan Sedati, Kota Sidoarjo tahun 2022 menghasilkan banyak kegiatan yang dapat dilakukan pelaksana. Pelaksanaan kegiatan KKN ini berlangsung bertahap setiap minggunya selama 45 hari terhitung mulai tanggal 30 April – 12 Juni 2022.

Setelah mengetahui permasalahan mitra, dilanjutkan dengan memulai pelatihan-pelatihan program yang di mulai di hari ke 2. Pelatihan pertama yang disampaikan kepada mitra adalah mengenai materi tentang pengembangan UMKM dimasa pandemik dengan digital marketing. Di hari ke 2 melakukan kegiatan “Pemaparan Program kerja KKN”. Pelaksana menjelaskan kegiatan apa saja yang dilakukan selama bertahap setiap minggunya selama 45 hari kedepan selain itu pelaksana juga sedikit memberikan materi kepada mitra tentang Kewirausahaan.

Pada hari ketiga dan keempat pelaksana melakukan kegiatan memberi menjelaskan dan menerapkan kepada mitra tentang strategi pemasaran. Kegiatan ini bertujuan agar mitra kedepannya dapat secara mandiri memahami dan menerapkan tentang strategi marketing.

Pada hari kelima pelaksana melakukan kegiatan menjelaskan dan membimbing mitra untuk mencoba menerapkan startegi pemasaran berbasis digital agar bisa meningkatkan penjualannya. Selanjutnya di hari keenam pelaksana menjelaskan dan membimbing mitra cara pembuatan video promosi untuk di publikasikan di social media dan marketplace.

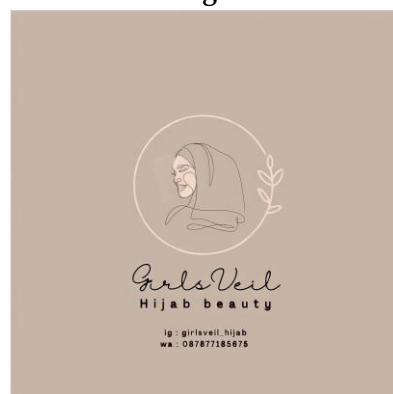
Pada hari ke tujuh, meemberi referensi & membantu mitra unutk proses pembuatan nama produk dan slogan yang cocok, menarik, dan berkesan untuk produknya. Pada hari kedelapan menjelaskan dan membimbing mitra bagaimana cara mengedit logo agar terlihat bagus dan menarik bagi konsumen. Serta membantu mitra untuk proses penyetakan logo.

Pada hari kesembilan Membantu Mitra memilih bahan yang bagus dan yang lagi banyak diminati oleh target/konsumen. Kegiatan ini bertujuan Kedepannya Mitra secara mandiri dapat memilih bahan yang terbaik untuk produknya.

Pada hari ke sepuluh, Membantu Mitra bagaimana cara memilih kemasan produk yang bagus dan yang lagi banyak diminati oleh target/konsumen. Kegiatan ini bertujuan untuk Kedepannya Mitra secara mandiri dapat memilih kemasan produk yang layak untuk konsumen dan terbaik untuk produknya

Pada hari kesebelas, Pelaksanaan KKN Non Reguler pada hari ke-sebelas yang dilakukan oleh pelaksana yaitu membantu mitra untuk proses pembuatan banner, penyetakan banner, dan merangkai kemasan produk. Dan yang terakhir sesi foto produk hasil program before and after serta melakukan kegiatan penutupan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama bertahap setiap minggunya 45 hari kemarin. Setelah itu merekap hasil laporan selama kegiatan KKN dan pembuatan laporan akhir. Untuk foto dan data dibawah ini :

Logo:



Desain Banner & Sosial Media:

The image shows a mobile phone interface. On the left is a vertical banner for 'GirlsVeil' with the text 'Outfit Of The Day Hijab Style' and a photo of a woman in a hijab. On the right is a social media profile for 'girlsveil_hijab' with 3 posts, 9 followers, and 9 following. It includes details about delivery via JNE, J&T, and Shopee Express, and a WhatsApp number: wa.me/6287877185678.

Kesimpulan

Dari uraian kegiatan KKN UNTAG Digitalisasi UMKM dan Pelayanan Desa yang dilakukan selama 45 hari dari tanggal 30 April hingga 12 Juni 2022 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelatihan serta praktik langsung digital marketing memberikan dampak positif yang mana produk dapat lebih dikenal di masyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan.
2. Meningkatkan minat berwirausaha di masyarakat desa sekitar sehingga dapat memicu usaha-usaha home industry baru yang lebih inovatif dan dapat membantu perekonomian masyarakat.
3. Hasil dari Implementasi digital marketing baik berupa social media marketing dapat bermanfaat juga untuk jangka panjang.

Ucapan Terima Kasih

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, atas nikmat dan karunianya memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang berjudul “Pengembangan Usaha Hijab Store Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Berbasis Digital” ini berjalan dengan lancar dan sesuai harapan.

Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih untuk Bapak RT yang diwakilkan oleh pengurusnya, yang sudah mengizinkan kegiatan ini berjalan di wilayah RT setempat. Penulis juga berterima kasih kepada Bu Sania sebagai Mitra yang sudah mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir, demi lancarnya proses kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan untuk Dosen Pembimbing Lapangan, Bapak Doan Widhiandono, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing KKN yang telah dengan sabar membimbing penulis dan rekan-rekan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini. Serta tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua, yang selalu mendukung penulis dalam berlangsungnya kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini. Dan tidak lupa penulis sangat mengucapkan terimakasih untuk Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Daftar Pustaka

1. Dalam mengukur kemakmuran sebuah negara ada berbagai sudut pandang atau berbagai bidang yang berbeda, yang diantaranya sudut pandang perekonomian negara tersebut. Dalam meningkatkan perekonomian yang ada di Indonesia dengan memberdayakan masyarakat Indonesia melalui program UMKM. UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja serta berperan dalam proses peningkatan pendapatan masyarakat, bahkan pada masa krisis seperti dimasa pandemic ini UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi.
 - Keterangan : Kalimat berwarna hijau ialah kalimat pemikiran asli penulis makalah yang didasarkan dari pemikiran karya Supriono dijurnal yang berjudul ‘*Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan Di Masyarakat Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri*’,

- Kalimat berwarna merah adalah hasil pengutipan langsung (*copy-paste*) penulis makalah jurnal karya Supriono Pengutipan langsung ini harus dibatasi antara 1-2 kalimat agar tidak menjadi plagiasi.
2. Sebagai kewirausahaan pastinya sangat memerlukan sifat dan karakter, akhir-akhir ini masyarakat semakin meningkat untuk menjadi seorang wirausahawan. Menjadi seorang wirausahawan memerlukan kerja keras, keuletan, kreatif dan inovatif serta keberanian untuk mengambil resiko. Adapun karakter khusus yang diperlukan wirausaha agar bisa mencapai kesuksesan sebagai seorang wirausahawan.
- Keterangan : kalimat berwarna hijau merupakan hasil murni pemikiran penulis yang menerjemahkan kutipan dari karya Indarto dan Djoko Santoso.
 - Kalimat berwarna merah merupakan langsung (*copy-paste*) penulis makalah jurnal karya Supriono Pengutipan langsung ini harus dibatasi antara 1-2 kalimat agar tidak menjadi plagiasi.
3. Digital marketing merupakan pemasaran barang atau jasa yang tertarget, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan pertama dari digital marketing ialah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan *traffic* penjualan. Adanya strategi digital marketing dalam UMKM untuk membantu pemasar menganalisis konsumen dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang didapat dari konsumen.
- Keterangan : kalimat berwarna hijau merupakan hasil murni pemikiran penulis yang menerjemahkan kutipan dari karya Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati yang berjudul '*DIGITAL MARKETING*'.
 - Kalimat berwarna merah merupakan langsung penulis makalah jurnal karya Supriono Pengutipan langsung ini harus dibatasi antara 1-2 kalimat agar tidak menjadi plagiasi.
4. Adanya pandemic virus Covid-19 di Indonesia yang terjadi sejak bulan Maret 2020 membuat semua masyarakat harus memberhentikan kegiatan/aktifitas diluar rumah seperti, WFH, pembelajaran secara daring, Pemberhentian Kerja secara tiba-tiba. Masyarakat Di desa Tambak Cemandi Sedati, Sidoarjo terkena dampak seperti kehilangan pekerjaan, daya beli masyarakat pun berkurang. Begitu juga dengan pendapatan sebagian masyarakat di desa Tambak Cemandi yang sebagian bermata pencaharian sebagai pedagang. Alhasil dagangan menjadi sepi pelanggan karena adanya kebijakan sosial distancing yang membuat masyarakat membatasi diri untuk keluar rumah.
- Keterangan : kalimat berwarna hijau merupakan hasil murni pemikiran penulis yang menerjemahkan kutipan dari karya Tufik Rahman, Yudha Nurdian.
 - Kalimat berwarna merah merupakan langsung penulis makalah jurnal karya Supriono Pengutipan langsung ini harus dibatasi antara 1-2 kalimat agar tidak menjadi plagiasi.

Daftar Pustaka

Dengan demikian, daftar Pustaka makalah berdasarkan contoh diatas adalah :

- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati (2020) 'DIGITAL MARKETING' Malang.
- Indarto, Djoko Santoso (2020) 'KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, KARAKTERISTIK USAHA DAN LINGKUNGAN USAHA PENENTU KESUKSESAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH' Semarang: Universitas Semarang.
- Jatmiko, D., & Poerbowati, E. (2021). STRATEGI REYOG ONGGO PATI DI ERA KAPITALISME. PARAFRASE: *Jurnal Kajian Kebahasaan & Kesastraan*, 21(1).
- Supriono, (2014) 'Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan Di Masyarakat Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri', Universitas Sebelas Maret: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
- Tufik Rahman, Yudha Nurdian. (2021) 'Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Pemasaran Toko Roti di Pabean Sumenep, Pulau Madura' Jember: Universitas Jember.