

Pengembangan UMKM Kelompok Usaha Bersama Citra Lestari Desa Tanah Merah Melalui Promosi Digitalisasi dan Branding Produk

**Tetty Marta Linda¹, Avilia Dayang Sari¹, Dea Amanda¹, Azura Husadha¹,
Indriani Wijayanti¹, Latifah Zahara², Fhatya Azzahra², Rizki Amalia³,
Muhammad Abdullah Qosim⁴, Fitra Ramadhan⁴, Ilmi Fajar Ramadhan⁴**

¹Prodi Biologi, FMIPA Universitas Riau

²Prodi Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Riau

³Prodi Kedokteran, FK Universitas Riau

⁴Prodi Informatika, FT Universitas Riau

Kampus Bina Widya, KM 12,5 Simpang Baru, Panam,

Pekanbaru 28293. Telp. (0761) 566821

e-mail: *¹tetty.martalinda@lecturer.unri.ac.id, ²avilia.dayang5491@student.unri.ac.id,

³dea.amanda6868@student.unri.ac.id.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bisnis sektor penting untuk mengembangkan ekonomi di masyarakat. Masa sekarang UMKM berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan ekonomi untuk menghadapi persaingan di sektor usaha. Guna menghadapi persaingan di sektor bisnis saat ini, diperlukan digitalisasi UMKM untuk mengembangkan potensi usaha jahit Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari di Desa Tanah Merah. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengembangkan UMKM KUB Citra Lestari melalui promosi dan digitalisasi serta branding produk. Metode kegiatan ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan menggunakan platform media sosial Instagram dalam pemasaran produk dan pelabelan. Hasil dari kegiatan ini yaitu KUB Citra Lestari memiliki akun Instagram dengan username @kub_citralestari, pembuatan email, label produk dan template pengeditan foto produk melalui pengeditan Canva. Setiap karya jahit yang dihasilkan para anggota dilatih untuk mengunggah ke akun media sosial mereka sebagai salah satu bentuk promosi. Selama proses sosialisasi dan pemantauan jumlah followers pada Instagram @kub_citralestari berjumlah 135. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan dan memperluas pemesanan produk dan lebih dikenalnya KUB Citra Lestari.

Kata kunci: digitalisasi, instagram, menjahit, UMKM

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang telah memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian, termasuk UMKM di Indonesia. Banyak UMKM yang harus menutup usahanya atau mengalami penurunan tingkat penjualan. KUB Citra Lestari juga mengalami hal serupa, di mana sekitar 56,8% UMKM berada dalam kondisi yang buruk. Sebelum adanya pandemi Covid-19, kondisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dirasa cukup baik oleh hampir semua pelaku usaha. Namun, kondisi langsung berbalik ketika adanya pandemi Covid-19 ini di mana banyak UMKM yang harus menutup usahanya. Cara yang dapat dilakukan dengan mulai memberlakukan personal branding melalui media sosial Instagram (Sugiarti *et al.*, 2020)

Di Indonesia, UMKM saat ini memiliki aktivitas pemasaran melalui digitalisasi. Mereka mulai bergerak menuju penjualan yang lebih meluas dengan bantuan akses internet dan

perangkat digital. Salah satu UMKM yang ada di Desa Tanah Merah Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar adalah Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari. KUB Citra Lestari ini adalah UMKM yang bergerak di bidang konveksi pakaian dalam skala kecil. KUB Citra Lestari terdiri dari sekelompok ibu-ibu rumah tangga yang mendapatkan pelatihan menjahit pada salah satu event yang diadakan oleh Bupati Kampar pada tahun 2019. Output bagi peserta yang telah mengikuti kegiatan pelatihan ini selain mendapatkan ilmu menjahit yang sangat bermanfaat para peserta pelatihan lainnya juga mendapatkan seperangkat alat mesin jahit yang diberikan sebagai hadiah dan pemantik semangat untuk mulai meningkatkan produktivitas masyarakat.

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa UMKM KUB Citra Lestari sudah berdiri sejak tahun 2019 dan menghasilkan berbagai produk seperti seragam sekolah, tas, sprei, bed cover, dan alas meja. Namun, UMKM ini hanya dikenal oleh beberapa kalangan, yaitu warga di Desa Tanah Merah. Pelaku UMKM KUB Citra Lestari belum memanfaatkan platform media sosial dan tidak menggunakan label untuk mempromosikan produk mereka secara luas.

Pemahaman mengenai penggunaan *marketplace* sebagai salah satu platform populer yang pada saat ini banyak dikenal oleh para pelaku usaha juga masih kurang dipahami oleh pelaku UMKM KUB Citra Lestari. Produk mereka belum pernah di promosikan secara luas melalui platform media sosial dan tidak menggunakan label. Oleh karena itu, pada kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) Mahasiswa Universitas Riau, programnya melakukan digitalisasi dan branding UMKM KUB Citra Lestari.

Solusi yang dapat dilakukan adalah melakukan digitalisasi dan branding UMKM KUB Citra Lestari melalui kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) oleh Mahasiswa Universitas Riau. Kegiatan ini akan membantu mengenalkan penggunaan platform media sosial, khususnya Instagram kepada pelaku usaha KUB Citra Lestari. Mahasiswa memberikan pelatihan serta pemahaman tentang penggunaan Instagram untuk pemasaran produk. Selain itu, pelaku usaha juga dapat membantu dalam proses branding, seperti pembuatan label dan promosi melalui media sosial, sehingga produk UMKM dapat dijangkau oleh lebih banyak konsumen.

Berdasarkan hasil pengabdian yang kami peroleh dari wawancara dengan pelaku UMKM Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari Desa Tanah Merah bahwa UMKM tersebut telah berlangsung selama 3 tahun dari terjadinya peristiwa Covid-19. Semenjak adanya Covid-19 pelaku UMKM tengah terjadi penurunan tingkat penjualan dan juga pelaku UMKM masih menggunakan promosi secara langsung di lingkungan Desa Tanah Merah. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi pemahaman penggunaan platform media sosial Instagram kepada Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari di Desa Tanah Merah dalam peningkatan pemasaran produk.

2. METODE

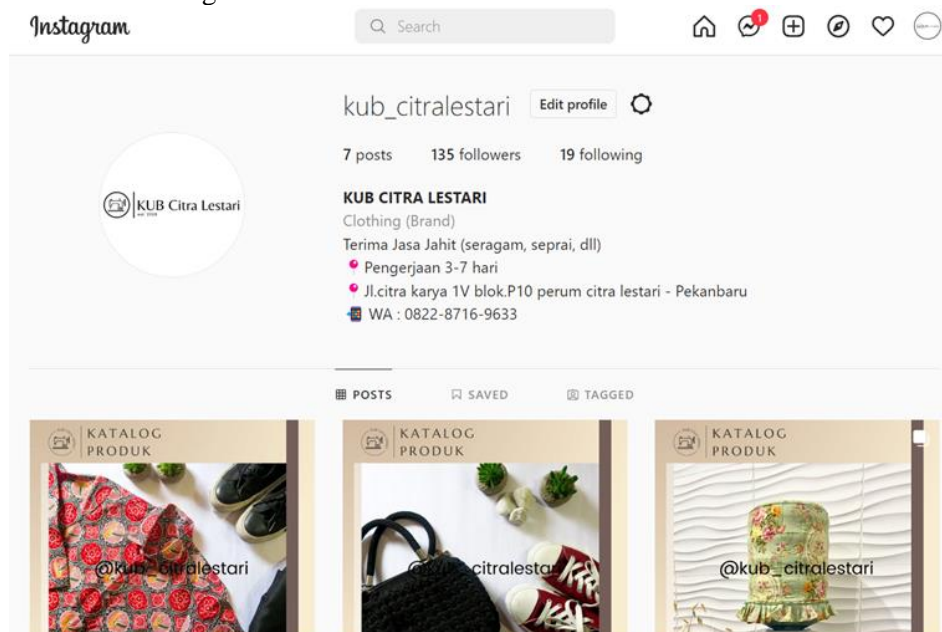
Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan desain metode kualitatif yang dimana pendekatan deskriptifnya bersifat uraian yang merupakan hasil dari pengamatan serta dokumentasi. Langkah pertama yang dilakukan yaitu melakukan diskusi bersama ibu-ibu Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari di Desa Tanah Merah, kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar mengenai hal-hal yang dibutuhkan dalam peningkatan pemasaran produk. Setelah mendapat hasil diskusi, dilanjutkan dengan membuat email yang digunakan untuk memenuhi syarat pembuatan akun Instagram. Kemudian, membuat akun Instagram @kub_citralestari untuk memberikan informasi mengenai produk yang dijual, alamat dan *contact person*.

Penggunaan media sosial untuk digitalisasi pemasaran guna meningkatkan penjualan dan pendapatan, membantu penggunaan media sosial untuk branding nama usaha dan produk yang dijual oleh Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari, membantu pengelolaan media sosial, seperti konten yang akan ditampilkan pada media sosial, membantu membuat akun *marketplace* dan cara mengelola *marketplace* untuk memperluas pemasaran produk Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari. Kami juga membantu UMKM Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari dalam peningkatan kualitas pemasaran produk dengan melakukan kegiatan

foto produk sehingga dapat terlihat lebih menarik dan membantu dalam branding produk yang dihasilkan oleh Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari. Pengumpulan data tersebut didapatkan dari pengamatan kegiatan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari untuk membantu dalam analisis hasil.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

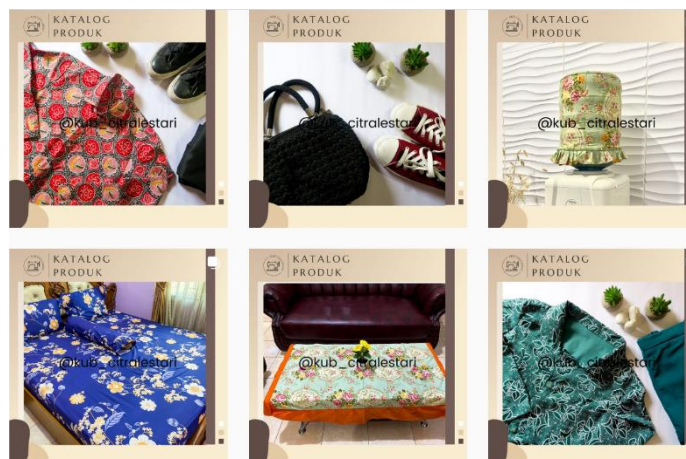
Masih banyak pelaku UMKM yang belum paham dalam memanfaatkan platform media sosial Instagram untuk memasarkan produknya, para pelaku UMKM masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan cara pemasaran produk langsung kepada konsumen yang mempunyai cakupan wilayah yang kecil. Hasil dari kegiatan pengabdian ini kami membuat akun Instagram dengan username @kub_citralestari yang bertujuan untuk mempromosikan berbagai produk yang dibuat oleh KUB Citra Lestari seperti baju, seragam sekolah, tas rajut, seprai, alas meja dan sebagainya. Akun Instagram berisikan informasi mengenai alamat, produk yang dibuat, lama pengerjaan dan *contact person*. Selain akun Instagram, kami juga membantu dalam pembuatan label yang berguna untuk menginformasikan brand atau merk dari produk KUB Citra Lestari. Selama proses sosialisasi dan pemantauan jumlah followers pada Instagram @kub_citralestari berjumlah 135. Gambar 1. menunjukkan akun media sosial Instagram.



Gambar 1. Akun Instagram KUB Citra Lestari

Kegiatan pengabdian masyarakat ini meninjau pemanfaatan media sosial oleh UMKM dalam pemasaran produk. Menurut Suryani (2014) platform media sosial mempunyai beberapa kelebihan, salah satunya kemampuan dalam komunikasi dua arah, yang memudahkan penggunaannya dalam mengakses berbagai informasi yang disajikan. Pemanfaatan penggunaan platform media sosial ini memungkinkan terjadinya interaksi antar individu satu dengan individu lainnya ataupun kelompok satu dengan kelompok lainnya.

Promosi yang dilakukan pelaku UMKM melalui media sosial masih kurang dikarenakan minimnya pengetahuan dalam pengelolaan media sosial. Oleh karena itu, diperlukannya peningkatan pengetahuan dalam pengelolaan media sosial untuk meningkatkan pemasaran produk dengan cara memberikan pelatihan *editing* foto dan video produk. Kegiatan ini seperti pada Gambar 2. Pengeditan foto dilakukan dengan cara membuat template yang sudah disediakan oleh kelompok KKN, bertujuan agar ibu-ibu KUB lebih mudah dalam pengeditan foto untuk penguploadan postingan di Instagram.



Gambar 2. Foto produk oleh KUB citra lestari



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi digitalisasi dan branding produk

Salah satu strategi yang dilakukan agar terjadinya peningkatan penjualan produk yaitu dengan cara memanfaatkan salah satu platform media sosial yaitu Instagram sehingga jangkauan promosi produk lebih luas. Di samping itu anggota KUB Citra Lestari diajarkan cara membuat email dan akun media sosial, diharapkan mereka secara tidak langsung dapat mempromosikan produk mereka kepada followers Instagram (Gambar.3). Di era milineal saat ini media sosial merupakan platform yang sering digunakan untuk mempermudah jangkauan informasi oleh generasi muda hingga kalangan tua. Sehingga dalam melakukan promosi lebih meningkatkan pemasaran walaupun tidak secara signifikan peningkatannya dikarenakan jangka waktu yang digunakan pengaplikasiannya masih terbilang baru. Selain itu, KUB Citra Lestari sudah memiliki label, melalui pelabelan maka dapat meningkatkan pengenalan produk. Gambar.4 merupakan label KUB Citra Lestari.



Gambar 4. Label KUB Citra Lestari

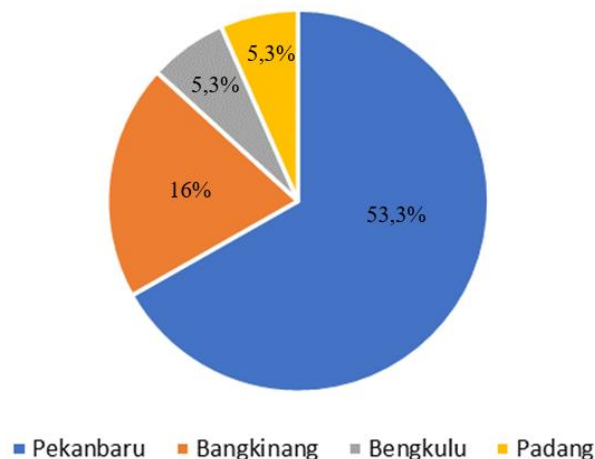
Tabel 1. memperlihatkan perubahan kondisi mitra sebelum dan sesudah pengabdian pada penggunaan platform media sosial Instagram, ditinjau dari mitra yang masih minim pengetahuan dalam pemanfaatan media sosial Instagram. Mitra usaha belum matang dalam pemasaran media sosial Instagram. Perencanaan dalam pengelolaan media sosial Instagram belum terencana dengan baik. Kondisi mitra sebelum dilakukannya kegiatan pengabdian menunjukkan penggunaan media sosial dalam pemasaran produk belum dimanfaatkan dengan baik. Minimnya pengetahuan dalam penggunaan media sosial Instagram menghambat dalam proses pemasaran sehingga belum mampu untuk memaksimalkan potensi usaha yang dijalani. Solusi dari permasalahan tersebut adalah dilakukannya sosialisasi bersama mitra dengan memaparkan kelebihan yang akan didapat dari pemanfaatan media sosial Instagram dalam pemasaran produk. Pengetahuan yang diberikan membantu pemasaran produk sehingga bisa dikenal lebih luas serta menunjukkan peningkatan setelah pemasaran menggunakan media sosial Instagram yang akan meningkatkan nilai ekonomi yang lebih stabil.

Tabel 1. Perubahan Perilaku Mitra

Kondisi mitra sebelum pengabdian	Kondisi mitra setelah pengabdian
Mitra belum memahami dalam penggunaan platform media sosial yaitu Instagram	Mitra telah memahami dalam penggunaan platform media sosial setelah dilakukannya sosialisasi
Mitra belum menggunakan desain produk dalam melakukan promosi di media sosial	Mitra menggunakan design dalam mengunggah produk di media sosial Instagram untuk dapat menarik perhatian konsumen dalam pemasaran produk setelah adanya sosialisasi
Mitra belum menggunakan label yang tidak efisien sebagai tanda pengenal produk yang dihasilkan	Mitra menggunakan label yang efisien dalam pembuatan produknya

Kondisi mitra sebelum dilakukannya kegiatan sosialisasi menunjukkan bahwa mitra tersebut belum menggunakan design produk dalam melakukan promosi di platform media sosial dikarenakan minimnya pengetahuan dalam proses pengeditan yang menyebabkan terhambatnya proses pendesignan hasil produk. Oleh karena itu, solusi dari permasalahan tersebut dilakukannya sosialisasi bersama mitra untuk membantu pemahaman dalam proses pengeditan hasil produk dan membantu dalam pengeditan melalui aplikasi canva agar mempermudah ibu-ibu KUB dalam menjalankan usahanya. Pelatihan yang diberikan membantu dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan dalam proses pemasaran.

Kondisi mitra sebelum dilakukannya kegiatan pengabdian bahwa mitra tersebut belum menggunakan label yang efisien sehingga setiap produk yang dihasilkan memiliki label yang beragam jenisnya dan membuat para konsumen yang memesan produk tersebut tidak mengenal KUB Citra Lestari, minimnya pengetahuan mitra dikarenakan konsumen yang memesan hanya pada lingkungan Desa Tanah Merah, sehingga kurang memperhatikan pentingnya label karena dapat menaikkan peningkatan dalam pengenalan produk. Solusi yang di dapat dari permasalahan ini diadakannya sosialisasi penggunaan label yang sangat efisien dalam meningkatkan pengenalan produk sehingga dapat dikenal oleh orang banyak.



Gambar 4. Akses Pengunjung Instagram

Berdasarkan Gambar 4. terlihat pengunjung dari media sosial Intragram berasal dari beberapa kota dimulai dari Kota Pekanbaru dengan pengunjung sebanyak 53,3%, pengunjung dari Bangkinang sebanyak 16%, pengunjung dari Kota Bengkulu sebanyak 5,3% dan pengunjung dari Kota Padang sebanyak 5,3%. Diharapkan dengan adanya promosi pemasaran produk melalui digitalisasi platform media sosial Instagram pemesanan produk dapat meningkatn serta dikenal lebih luas lagi.

Secara umum perlu memperoleh pemahaman dasar dalam manajemen guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha. Oleh karena itu, penting untuk mempertahankan kegiatan pengabdian, terutama dalam membangun kompetensi UMKM yang berperan penting dalam pembangunan Indonesia. Mitra kami mengalami kesulitan dalam menerapkan manajemen yang baik karena kurangnya pengetahuan tentang konsep dan prinsip manajemen. Oleh karena itu, disarankan untuk mengajukan dan melaksanakan kerja sama dalam memberikan pendidikan kepada mitra atau pengusaha UMKM lainnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan, didapatkan kesimpulan yaitu platform media sosial Instagram, label dan design berperan penting dalam memasarkan produk UMKM kelompok Usaha Bersama (KUB) Citra Lestari Desa Tanah Merah memiliki akun media sosial Instagram dengan username @kub_citralestari. Pelaku UMKM belum mengoptimalkan pemasaran produk UMKM melalui media sosial Instagram. Selama proses sosialisasi dan pemantauan jumlah followers pada Instagram @kub_citralestari berjumlah 135. Penggunaan label sebagai tanda pengenalan serta design yang digunakan dalam memposting produk ke media sosial Instagram dibuat sebagai penarik perhatian konsumen serta meningkatkan kualitas produk. Uji coba optimalisasi pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk yang baik bagi pelaku UMKM dapat menaikkan kembali angka penjualan produk UMKM.

5. SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam kesempatan ini dirasa kurang memadai karena masih banyak rencana kegiatan yang belum terlaksana dengan efektif. Misalnya, tim pengabdian membutuhkan waktu lebih lama untuk melakukan evaluasi kemajuan mitra agar permasalahan dapat diatasi. Oleh karena itu, disarankan untuk mempertimbangkan kembali kebijakan pengabdian yang telah ada, banyak usaha UMKM seperti KUB Citra Lestari yang sangat membutuhkan kegiatan pengabdian seperti ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Mahasiswa Kukerta Balek Kampung Universitas Riau 2022 di Desa Tanah Merah mengucapkan terima kasih terutama kepada pihak Desa Tanah Merah yaitu Bapak H. Syahrul Amri Nasution selaku Kepala Desa Tanah Merah, Ibu Dian Yunita Syafitri selaku Sekretaris Desa Tanah Merah. Bapak Al-Huda, S. Ag selaku Kaur Perencanaan Desa Tanah Merah dan Ibu-ibu anggota KUB Citra Lestari.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Basri, H. (2014). Menggunakan Penelitain Kualitatif Dalam Studi Akuntansi dan Manajemen: Bukan Agenda Baru. *Jurnal Administrasi Publik AAS-Cina*. Oktober 2014, Vol.11, No.10, 831-838. DOI: 10.
- [2] Prihatin Lumbanraja, Arlina Nurbaity Lubis, & Sitti Raha Agoes Salim. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Kerajinan Menjahit Dan Bordir Di Kecamatan Medan Area Kota Medan. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 41–47. <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v2i1.2195>
- [3] Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- [4] Suryani, ita. (2015). Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)*, 8(April 2014), 123–138.
- [5] Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Bisnis Seri Ke-4*, 195–206.