

SOSIALISASI SERTA PEMBUATAN MASKER KAIN UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DESA MOJODOYONG KEDAWUNG SRAGEN

Bambang Harjito¹⁾, Afifah Ma'wa²⁾

¹⁾Program Studi Informatika, Universitas Sebelas Maret

²⁾Program Studi Akutansi, Universitas Sebelas Maret

email: bambang_harjito@staff.uns.ac.id, makwa_80@student.uns.ac.id

Abstract

All aspects of life are experiencing a global crisis as a result of the Covid-19 pandemic, one of which is the economic sector. Many large companies decided to carry out massive layoffs which resulted in an increase in the unemployment rate in Indonesia. In addition, MSMEs in Indonesia have also experienced a decline in sales and even have to go out of business. This is relevant to the condition of some people in Mojodoyong Village, Kedawung, Sragen. A lot of residents of Mojodoyong Village were laid off and lost their jobs. MSMEs on convection and home tailors also experienced a decline in income due to a lack of jobs during the pandemic. This condition encourages us to help improve the economy of the residents of Mojodoyong Village. Team 388 of community service (KKN) UNS held digital marketing socialization and training in sewing cloth masks as an effort to empower the community during the pandemic. Digital marketing socialization was carried out offline and attended by 25 residents of MSMEs in Mojodoyong Village, while the training on making cloth masks was attended by 10 participants who did not have basic sewing skills. It is hoped that by holding digital marketing socialization and training to make cloth masks, Mojodoyong Village residents can know the digital marketing important and have the ability to create and sell cloth masks so that they can become an additional source of income during the pandemic.

Keywords: digital marketing, KKN, cloth masks, community empowerment, MSMEs

Abstrak

Seluruh aspek kehidupan mengalami krisis global akibat dari pandemi Covid19, salah satunya diantaranya adalah bidang ekonomi. Banyak perusahaan besar memutuskan untuk melakukan PHK besar-besaran yang mengakibatkan meningkatnya tingkat pengangguran di Indonesia. Selain itu pelaku UMKM di Indonesia juga mengalami penurunan penjualan bahkan terpaksa gulung tikar. Hal tersebut relevan dengan kondisi sebagian masyarakat di Desa Mojodoyong, Kedawung, Sragen. Tidak sedikit dari warga Desa Mojodoyong yang dirumahkan dan kehilangan pekerjaan. UMKM konveksi dan penjahit rumahan pun mengalami penurunan pendapatan dikarenakan sepi pesanan di saat pandemi. Kondisi ini menjadikan suatu keprihatinan dan juga motivasi bagi kami membantu meningkatkan perekonomian warga Desa Mojodoyong. Tim KKN UNS kelompok 338 mengadakan sosialisasi digital marketing serta pelatihan menjahit masker kain sebagai upaya pemberdayaan masyarakat di masa pandemi. Sosialisasi digital marketing dilakukan secara luring yang dihadiri oleh 25 warga pelaku UMKM di Desa Mojodoyong. Sedangkan pelatihan pembuatan masker kain dihadiri sebanyak 10 peserta yang sebagian besar peserta memiliki kemampuan dasar menjahit. Diharapkan dengan diadakannya sosialisasi digital marketing dan pelatihan membuat masker kain, warga Desa Mojodoyong dapat mengetahui pentingnya pemasaran secara digital serta memiliki kemampuan membuat dan menjual masker kain sehingga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan di masa pandemi.

Kata kunci : digital marketing, KKN, masker kain, pemberdayaan masyarakat, UMKM

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi telah memberikan dampak krisis terhadap berbagai bidang kehidupan [1] Tidak hanya bidang kesehatan yang carut marut, bidang ekonomi pun menunjukkan sentimen negatif akibat hantaman pandemi. Kementerian Keuangan membuat kajian yang menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 telah memberikan sentimen negatif bagi perekonomian domestik yang ditandai dengan turunnya konsumsi dan daya beli masyarakat serta ancaman kebangkrutan bagi korporasi, ancaman pada sektor perbankan, berakibat bahwa eksistensi UMKM mengkhawatirkan [2]

Akibat adanya pandemic Covid 19, banyak perusahaan besar memutuskan untuk melakukan PHK besar-besaran sehingga tingkat pengangguran di Indonesia pun juga meningkat. Tidak hanya perusahaan besar yang terdampak, pelaku UMKM di Indonesia juga mengalami penurunan penjualan bahkan terpaksa gulung tikar karena kondisi pandemi yang berkepanjangan. Kementrian dan Koperasi dan UKM memberikan informasi bahwa jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah (Limanseto, 2021). Maka tidak heran jika UMKM sekarang ini disebut sebagai pilar penting dan tulang punggung perekonomian Indonesia. Maka dari itu diperlukan strategi baru untuk pelaku UMKM guna mempertahankan bisnisnya di masa pandemi.[3]

Era globalisasi ditandai dengan kemajuan teknologi informasi serta adanya kegiatan dalam kehidupan sehari-hari yang serba digital dan otomatis menyebabkan pergeseran kebiasaan di masyarakat. Era digital ini memudahkan seseorang untuk berkomunikasi dan terhubung dengan orang lain dimanapun dan kapanpun tanpa batasan geografis. Pada kenyataannya wabah Covid-19 ini menghambat bisnis UMKM dalam melakukan kegiatan jual-beli secara tradisional. Hambatan ini dikarenakan adanya kebijakan Social distancing serta Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) ataupun Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Untuk itu pemanfaatan teknologi digital dapat

menjadi solusi dari permasalahan tersebut di tengah pandemi ini. Beberapa penelitian tentang digital marketing telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Hapsoro, dkk [4] melakukan penelitian digital marketing yang menghasilkan bahwa terjadi pemahaman yang meningkat mengenai materi resolusi konflik, yaitu lebih dari 70% peserta memahami dan mengerti materi digital marketing. Lebih lanjut Dwijayanti dan Pramesti [5] mengulas dan memanfaatkan digital marketing dengan menerapkan di UMKM pempek beradek. UMKM ini memiliki berbagai strategi pemasaran digital *e-commerce* dengan cara membuat *platform online* seperti *website*, *facebook*, *instagram* dan *shoppe*.

Salah satu tugas dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Desa Mojodoyong terpanggil untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi di desa tersebut. Guna mendorong pembangunan ekonomi, Tim KKN melakukan pendataan bahwa terdapat banyak UMKM yang ada yang terdampak pandemi Covid 19. Tim KKN tidak mungkin akan mendorong UMKM kesemuanya, namun dipilih salah satunya adalah UMKM konveksi Jahit.

Berdasarkan dari uraian yang telah diterangkan sebelumnya, tim KKN tertarik untuk turut serta mengambil peran aktif dalam mengupayakan pengembangan potensi tersebut melalui *sosialisasi dan pelatihan* [6,7,8] digital marketing yang bertujuan bahwa industri yang ada di Desa Mojodoyong dapat berkembang dan mampu bersaing seiring dengan perkembangan zaman

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Desa Mojodoyong merupakan salah satu Desa di kabupaten Sragen yang memiliki keragaman sumber daya alam serta sumber daya manusia. Sebagian penduduk Desa Mojodoyong berprofesi sebagai wiraswasta, karyawan serta petani. UMKM di Desa Mojodoyong pun sangat beragam, diantaranya UMKM tahu, UMKM jamu herbal, UMKM mebel, UMKM konveksi jahit dll. Adanya pandemi Covid-19 ini sangat berdampak bagi sebagian besar warga Desa Mojodoyong. Warga yang berprofesi sebagai karyawan pabrik terpaksa di rumahkan oleh pihak pabrik

karena kondisi keuangan perusahaan yang memburuk. Hal ini menyebabkan sebagian warga kehilangan pekerjaan dan sumber penghasilan. Pemilik UMKM konveksi jahit juga mengatakan bahwa pandemi ini mengakibatkan penurunan pendapatan secara drastis. Akibat adanya pembelajaran secara daring menyebabkan siswa sekolah tidak membutuhkan seragam sekolah lagi. Sehingga permintaan jahitan seragam sekolah mengalami penurunan sejak awal pandemi. Padahal tidak sedikit warga yang berprofesi sebagai penjahit rumahan ataupun konveksi di Desa Mojodoyong.

Melihat kondisi tersebut Tim KKN UNS kelompok 338 berinisiatif membantu membangkitkan perekonomian warga Desa Mojodoyong yang terdampak oleh pandemi. Tim KKN UNS kelompok 338 mengadakan sosialisasi digital marketing sebagai upaya peningkatan pengetahuan masyarakat akan pentingnya pemasaran digital di masa pandemi serta mengadakan pelatihan pembuatan masker kain tiga lapis sebagai upaya pemberdayaan masyarakat guna meningkatkan perekonomian masyarakat di masa pandemi.

Kedua program kerja tersebut relevan dengan kondisi masyarakat di Desa Mojodoyong. Mengingat bahwa sebagian besar warga merupakan pelaku UMKM yang memerlukan edukasi mengenai pemasaran secara digital guna memperlancar arus perdagangan di pasar online. Selain itu banyak masyarakat yang berprofesi sebagai penjahit namun mereka belum mengerti bagaimana cara membuat masker kain tiga lapis. Padahal masker sekarang menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang sehingga usaha ini masih sangat berpotensi kedepannya. Tujuan diadakannya pelatihan ini supaya para penjahit di Desa Mojodoyong dapat memproduksi dan mendagangkan produk masker kain mereka sehingga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Target utama kami dalam melakukan program kerja tersebut adalah membantu meningkatkan perekonomian warga Desa Mojodoyong terutama para pelaku UMKM di

masa pandemi Covid-19. Kegiatan KKN ini dapat terlaksana karena Sebelumnya tim KKN telah mengajukan perizinan kegiatan kepada Kepala Desa Mojodoyong. Selain itu kami melakukan survey ke beberapa UMKM di Mojodoyong dan melakukan wawancara secara langsung kepada pelaku UMKM setempat.

Survey tersebut ditujukan agar kami mengetahui masalah apa yang sedang dihadapi para pelaku UMKM di masa pandemi sehingga kami dapat menyesuaikan program kerja kami dengan masalah yang sedang dihadapi warga setempat. Kami memutuskan untuk bekerja sama dengan Karang Taruna RT 15 dan RT 16 Dusun Mojosari, Mojodoyong, Sragen. Hal ini dikarenakan RT 15 dan RT 16 memiliki lebih banyak warga yang berprofesi sebagai pelaku UMKM. Sehingga diharapkan program kerja kami tersebut tepat sasaran dan dapat bermanfaat bagi warga setempat.

Setelah melakukan survey serta koordinasi dengan pihak karang taruna, tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan rangkaian kegiatan. Dimulai dengan Seminar Sosialisasi Digital Marketing yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 21 Agustus 2021 serta program Pelatihan Pembuatan Masker Kain yang dilaksanakan pada hari Kamis, 26 Agustus 2021. Kedua kegiatan tersebut dilaksanakan secara luring dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat melakukan survey kami mengajukan beberapa pertanyaan kepada beberapa sampel pelaku UMKM di Desa Mojodoyong. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa:

- 1) Pelaku UMKM di Desa Mojodoyong belum mengerti mengenai Digital Marketing dan belum mengetahui pentingnya Digital Marketing.
- 2) Pelaku UMKM di Desa Mojodoyong belum melakukan pemasaran secara online untuk mempromosikan produknya.
- 3) Pelaku UMKM di Desa Mojodoyong masih melakukan semua aspek penjualan secara konvensional, mulai dari promosi produk hingga pencatatan keuangan.

- 4) Pelaku UMKM konveksi dan jahit rumahan mengalami penurunan pendapatan secara dratis saat pandemi.
- 5) Pelaku UMKM konveksi dan jahit rumahan belum mengetahui bagaimana cara membuat masker kain tiga lapis.
- 6) Warga Desa Mojodoyong mengaku mengalami penurunan pendapatan bahkan kehilangan pekerjaan karena adanya pandemi Covid-19.

Berdasarkan masalah tersebut, Tim KKN UNS Kelompok 338 berinisiatif membantu membangkitkan perekonomian warga Desa Mojodoyong yang terdampak oleh pandemi. Tim KKN UNS kelompok 338 mengadakan Seminar Sosialisasi Digital Marketing serta mengadakan Pelatihan Pembuatan Masker Kain Tiga Lapis sebagai upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Mojodoyong di masa pandemi.

a. Seminar Sosialisasi Digital Marketing

Sosialisasi digital marketing ini ditujukan untuk mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya pemasaran melalui platform digital. Pemasaran secara digital ini memudahkan seseorang untuk mempromosikan produknya tanpa batasan geografis dan batasan waktu. Pelaksanaan sosialisasi dapat dilihat dalam Gambar 1.



Gambar 1. Proses sosialisasi pentingnya Digital Marketing bagi UMKM di masa pandemi.

Dengan menggunakan platform digital maka penjual dapat menjangkau pembeli hingga ke berbagai kota, pulau, bahkan hingga

berbagai negara. Tentunya pemasaran melalui platform digital ini akan memudahkan pelaku UMKM mempromosikan dan menjualkan produknya di masa pandemi. Karena diketahui bahwa di saat pandemi ini semua kegiatan dan pergerakan manusia dibatasi Pemerintah.

Pada sosialisasi ini para pelaku UMKM diedukasi mengenai apa itu digital marketing, bagaimana pentingnya digital marketing bagi UMKM hingga contoh penggunaan salah satu platform digital yaitu Shopee. Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 21 Agustus 2021 di Masjid Mojosari. Kegiatan ini dihadiri sebanyak 21 peserta yang sebagian besar merupakan pelaku UMKM. Narasumber sosialisasi digital marketing kali ini yaitu Arini Fadilah yang merupakan seorang mahasiswa tingkat akhir UNS. Arini sendiri merupakan seorang wirausaha muda yang memiliki bisnis di bidang fashion dan sedang berfokus pada usaha masker kain. Sosialisasi dilaksanakan dengan metode diskusi santai agar masyarakat lebih mudah memahami penjelasan dari narasumber. Dalam sosialisasi diajarkan tips menjalankan sosial media marketing antara lain:

- 1) Bagaimana membuat konten yang menarik.
- 2) Bagaimana menyajikan produk yang kreatif dan inovatif.
- 3) Bagaimana aktif dalam bersosial media dan mengenal marketplace

Hasil dari sosialisasi ini mendapatkan respon yang positif dari masyarakat setempat. Para peserta sangat antusias untuk bertanya kepada narasumber mengenai digital marketing sehingga diskusi bisa berjalan lancar dan responsif. Di akhir acara kami memberikan doorprize sebagai bentuk apresiasi bagi tiga penanya terbaik. Pihak karang taruna dan pelaku UMKM merasa terbantu dengan adanya seminar digital marketing yang dilaksanakan oleh Tim KKN UNS Kelompok 338.

b. Pelatihan Pembuatan Masker Kain Tiga Lapis

Kondisi pandemi yang menyebabkan penghasilan para penjahit menurun drastis

dikarenakan menurunnya permintaan jahitan seragam sekolah. Maka dari itu harus ada inovasi baru yang menjadi solusi permasalahan tersebut. Pelatihan pembuatan masker kain tiga lapis ini merupakan salah satu program kerja utama Tim KKN UNS Kelompok 338 yang ditujukan untuk memberikan keterampilan bagi warga Desa Mojodoyong khususnya para pelaku UMKM konveksi dan penjahit rumahan. Tujuan dari pelatihan ini yaitu kami ingin mengajarkan bagaimana cara membuat masker kain tiga lapis yang nantinya dapat mereka produksi dan pasarkan dengan merek dagang mereka masing-masing.

Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Kamis, 26 Agustus 2021 diselenggarakan secara luring di rumah salah satu pemilik UMKM konveksi di Mojodoyong yaitu Bapak Mukti. Pelatihan ini dihadiri oleh 10 peserta yang sebagian besar telah memiliki kemampuan dasar menjahit. Hal ini ditujukan agar program pelatihan ini benar-benar tepat sasaran sehingga dapat diimplementasikan dengan baik oleh peserta pelatihan. Dalam pelatihan ini, dapat dilihat dalam Gambar 2. Diberikan beberapa peralatan dan perlengkapan menjahit masker kain seperti kain, gabus, gunting, meteran, jarum, benang, dan karet masker. Tujuannya agar para peserta dapat mempraktekannya di rumah sekaligus dapat menjadi modal awal usaha masker kain bagi para peserta. Ada beberapa proses pelatihan pembuatan masker kain diantaranya:

- 1) Proses pembuatan pola masker yang nyaman dipakai.
- 2) Proses pemotongan bahan kain dan gabus.
- 3) Proses penjahitan masker.
- 4) Proses finishing dan quality control
- 5) Proses pengemasan masker agar terlihat menarik.



Gambar 2. Proses pelatihan menjahit masker kain sebagai ide bisnis di masa pandemi.

Selain itu kami juga membuat design stiker untuk packaging yang dapat memperindah pengemasan masker kain tersebut, dapat dilihat dalam Gambar 3. Tidak lupa kami menyisipkan jargon “Bersama Kita Support Produk Lokal.” di kemasan tersebut. Hal ini bertujuan untuk mengajak masyarakat luas agar bangga terhadap produk lokal dan dapat terus mendukung potensi produk lokal demi membangkitkan perekonomian nasional.

Hasil dari pelatihan ini mendapatkan respon yang positif dari masyarakat setempat. Para peserta sangat antusias untuk memperhatikan dan mengikuti setiap instruksi dari pelatih. Selain itu pihak karang taruna dan pelaku UMKM konveksi dan penjahit rumahan merasa terbantu dengan adanya pelatihan yang dilaksanakan oleh Tim KKN UNS Kelompok 338. Kami berharap dengan adanya pelatihan ini para penjahit di Mojodoyong dapat mengimplementasikannya dan dapat menjual produk masker mereka masing-masing sehingga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi mereka selama pandemi.



Gambar 3. Desain kemasan masker kain yang siap dipasarkan

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan: Tujuan dari program KKN UNS Kelompok 338 yang diselenggarakan di Dusun Mojosari, Desa Mojodoyong, Sragen adalah untuk mengedukasi warga Desa Mojodoyong mengenai pentingnya digital marketing atau pemasaran secara digital guna mempertahankan keberlangsungan UMKM di tengah pandemi serta melatih warga setempat khususnya para penjahit agar memiliki kemampuan membuat dan menjual masker kain sehingga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan di masa pandemic. Dalam melaksanakan program kerja tersebut bekerjasama dengan pihak RT 15, RT 16 serta anggota karang taruna Dusun Mojosari dengan persetujuan Kepala Desa Mojodoyong. Semua kegiatan KKN yang telah dilakukan memiliki hasil dan respon yang positif dari warga setempat sehingga diharapkan ilmu yang sudah diberikan dapat diterapkan dalam jangka waktu yang Panjang

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada seluruh pihak-pihak terkait

- 1) UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret (UNS). yang telah mendanai Pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2021
- 2) Seluruh mitra kerja yang terdiri dari RT 15, RT 16, pengurus dan anggota Karang Taruna Mojosari yang telah memberi izin untuk melaksanakan program KKN di

Dusun Mojosari di Desa Mojodoyong, Sragen.

7. REFERENSI

- [1] Limanseto, H. "UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia". Retrieved from 5 mei 2021 .(<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>)
- [2] Santoso, Y. I.. "Menghitung dampak Covid-19 terhadap dunia usaha hingga UMKM."1 April 2020 Retrieved from <https://nasional.kontan.co.id/news/menghitung-dampak-covid-19-terhadap-dunia-usaha-hingga-umkm?page=all>
- [3] Kadek Ayu Ariningsih "Analisis dampak penerapan teknologi bagi masyarakat di masa pandemi covid-19 "Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 4, No 3 pp 65-72 2021. <https://doi.org/10.36257/aps.v4i3.3522>
- [4] Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A.. "Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang". *ABDIMAS* 23 (2), 117-120 . (2019) <https://doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17880>
- [5] Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *IKRAITH-ABDIMAS*, Vol 4 No 2. <https://doi.org/10.37817/ikraithabdimas.v4i2>
- [6] Trientje Marlein Tamtelahitu, Asnat Juliana Luturmas "Pelatihan Teknik desain logo kemasan, pengemasan dan pemasaran produk di kelompok mama romi", Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 4, No 3 pp 6-13 2021 <https://doi.org/10.36257/aps.v4i3.3309>
- [7] Lety Trisnaliani, Ahmad Zikri, Erlinawati Akil, "sosialisasi pemanfaatan limbah kulit durian sebagai produk briket di wilayah warga rt. 19 kelurahan 1 ilir

- kecamatan ilir timur ii palembang sumatera selatan" Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 1, No 2 pp 18-22 2018. <https://doi.org/10.36257/aps.v1i2.1242>
- [8] Nur Apriliyanti, Septian Emma Dwi Jatmika(2022)" Edukasi Tentang

Penggunaan Masker Dan Pengelolaan Sampah Masker Pada Ibu-Ibu Pkk Rt 033, Rw 09 Kelurahan Demangan, Kecamatan Gondokusuman, Yogyakarta" Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 5, No 1 pp 47-52 <https://doi.org/10.36257/aps.v5i1.4454>