



,Inovasi Dan Kreativitas: Pendampingan Manajemen Usaha Penjahit Ikeyani

Innovation and Creativity: Business Management Assistance for Ikeyani Tailoring

Auriza Musfirahwaty, Wahyuni Sakka, Sri Ramdayani

Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

Info Artikel

Article history:

Received : 21 Februari 2025

Revised : 1 Maret 2025

Accepted : 16 Maret 2025

Keywords:

Business assistance

Innovation

Creativity

Tailoring business

MSME development

Kata Kunci:

Pendampingan usaha

Inovasi

Kreativitas

usaha penjahit

pengembangan UKM



Abstract

This community service aims to address the marketing and operational issues faced by the program partner, the "Ikeyani" tailoring business. The main issues include limitations in marketing, lack of a strong brand, and minimal use of the internet to promote services. Additionally, there are operational challenges such as a poorly organized layout and a lack of display racks for showcasing tailored products. The solutions provided through this program include assistance in creating brochures and online media for promotion, organizing the business layout, and providing display racks. With this assistance, the partner now has a business location registered on Google Maps, effective promotional media, a structured business layout, and display racks for tailored products. This assistance has positively contributed to increasing the visibility and attractiveness of the partner's business, as well as facilitating daily operations. The results of this program show a significant improvement in the marketing and operational aspects of the "Ikeyani" tailoring business, which in turn can enhance the competitiveness and sustainability of the partner's business. Business management assistance like that provided in this program has a significant impact on improving the performance and sustainability of the partner's business. With the right support, the partner can overcome the marketing and operational challenges they face and enhance their business growth potential.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menangani masalah pemasaran dan operasional yang dihadapi oleh mitra program, yaitu usaha penjahit "Ikeyani". Masalah utama meliputi keterbatasan dalam pemasaran, kurangnya merek yang kuat, dan minimnya pemanfaatan internet untuk mempromosikan jasa. Selain itu, terdapat kendala dalam operasional bisnis, seperti tata letak yang kurang terorganisir dan kekurangan rak untuk menampilkan produk jahitan. Solusi yang diberikan melalui program ini mencakup bantuan dalam pembuatan, brosur, dan media online untuk promosi, penataan layout bisnis, serta penyediaan rak display. Dengan pendampingan ini, mitra sekarang memiliki lokasi bisnis yang terdaftar di Google Map, media promosi yang efektif, layout bisnis yang terstruktur, dan rak display untuk produk jahitan. Pendampingan ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis mitra, serta mempermudah operasional sehari-hari. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam aspek pemasaran dan operasional usaha penjahit "Ikeyani", yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mitra. Pendampingan manajemen usaha seperti yang dilakukan dalam program ini memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha mitra. Dengan bantuan yang tepat, mitra dapat mengatasi tantangan pemasaran dan operasional yang dihadapi, serta meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis mereka.

Corresponding Author: Musfirahwaty, auriza.musfirahwaty@umi.ac.id

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang penting dalam perekonomian Indonesia dengan tujuan utama membantu masyarakat kecil keluar dari kemiskinan. Data dari Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2011 menunjukkan bahwa lebih dari 55,2 juta unit UMKM mampu menyerap sekitar 101,7 juta orang, dengan total tenaga kerja mencapai 114,7 juta orang. UMKM juga berperan dalam pemerataan ekonomi masyarakat, membantu mengurangi kesenjangan ekonomi antara berbagai lapisan masyarakat. Meskipun memiliki kontribusi yang signifikan, UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan operasional, seperti masalah pemasaran, kekurangan tenaga kerja, hambatan dalam inovasi dan teknologi, serta akses terbatas ke sumber pembiayaan Zulma (2020). Studi oleh menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat (Sarfiyah et al., 2019). UMKM juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian nasional (Kadeni, 2020).

Dalam menghadapi tantangan operasional, UMKM perlu memperhatikan faktor-faktor seperti kepatuhan pajak, keberlanjutan usaha, dan penggunaan teknologi informasi (Maretanidanini et al., 2023). Penelitian oleh menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh pada keberlanjutan usaha UMKM (Widayanti et al., 2017). Selain itu, UMKM juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian nasional (Setyawati, 2018). Dengan pemahaman yang mendalam tentang tantangan dan potensi UMKM, kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM, masyarakat, dan perekonomian secara keseluruhan (Kala'lembang, 2020). Melalui pendekatan yang tepat, UMKM dapat menjadi pilar dalam membangun ekonomi bangsa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Anisah, 2024).

Usaha penjahit "Penjahit Ikayani" yang didirikan oleh Ikayani di Wilayah Watangpulu, Kabupaten Sidrap pada tahun 2009, merupakan contoh UMKM yang menarik. Awalnya, usaha ini dimulai dengan modal seadanya, hanya menggunakan 1 mesin jahit dan dikerjakan sendiri oleh pemiliknya. Namun, seiring berjalannya waktu, usaha ini berkembang pesat; saat ini telah memiliki 5 mesin jahit dan 5 karyawan, menunjukkan pertumbuhan yang mengembirakan. Dari segi potensi wilayah, Wilayah Watangpulu, Kabupaten Sidrap memiliki karakteristik fisik yang mendukung perkembangan UMKM seperti usaha penjahit. Selain itu, secara sosial, masyarakat setempat cenderung mendukung usaha lokal, memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang. Secara ekonomi, potensi pasar lokal dan regional dapat menjadi peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Di sisi lingkungan, keberlanjutan usaha penjahit "Penjahit Ikayani" dapat didukung dengan praktik ramah lingkungan dalam penggunaan bahan dan limbah produksi. Potensi yang dapat dijadikan sebagai bahan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Wilayah Watangpulu, Kabupaten Sidrap melalui usaha penjahit "Penjahit Ikayani" antara lain adalah pengembangan keterampilan kerja bagi masyarakat setempat, pemberdayaan perempuan dalam dunia usaha, peningkatan kualitas produk dan pemasaran, serta integrasi teknologi dalam proses produksi dan pemasaran. Dengan memahami potret, profil, dan potensi wilayah UMKM seperti "Penjahit Ikayani" di Wilayah Watangpulu, Kabupaten Sidrap, kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM serta perekonomian lokal.

Tantangan yang dihadapi oleh usaha penjahit "Ikayani" adalah terkait masalah pemasaran, kekurangan tenaga kerja, dan keterbatasan akses ke pembiayaan, sehingga dapat menghambat pertumbuhan dan daya saing terhadap wirausaha lainnya. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk membantu dan mendukung UMKM agar dapat beroperasi dengan lancar dan berkembang secara berkelanjutan. Rendahnya tingkat penyaluran kredit UMKM disebabkan oleh kurangnya informasi yang dimiliki oleh lembaga keuangan, sehingga penilaian kelayakan kredit menjadi terhambat (Rudiantoro & Siregar, 2012). Untuk mengatasi masalah pemasaran, strategi branding produk dapat menjadi solusi efektif, seperti melakukan redesain logo, brosur, kemasan produk, dan situs web (Primadewi et al., 2020). Studi menunjukkan bahwa UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian nasional dan memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang signifikan. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM dapat menjadi pilar dalam membangun ekonomi bangsa. Namun, untuk mencapai potensi penuhnya, UMKM perlu mengatasi berbagai hambatan operasional yang dihadapi, seperti masalah pemasaran, inovasi, dan akses ke pembiayaan.

Selain itu, pemasaran digital juga memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan UMKM (Mardiana et al., 2022). Penggunaan teknologi informasi, seperti pemasaran digital, dapat membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan pendapatan (Haryanto, 2022). Selain itu, pelatihan digital marketing juga dapat menjadi langkah penting dalam pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM (Susanti, 2020). Dalam konteks akses pembiayaan, literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi kemudahan akses. Dengan memanfaatkan media sosial, marketplace, dan e-commerce, UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran produknya secara digital (Yuniarti et al., 2022). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan pemasaran digital juga menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM (Widyastuti & Parianom, 2022). Dengan demikian, upaya-upaya ini diharapkan dapat membantu UMKM untuk beroperasi dengan lancar dan berkembang secara berkelanjutan, sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah (Mavilinda et al., 2021).

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah memberikan bantuan dan dukungan yang berkelanjutan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada usaha penjahit "Ikayani" di Wilayah Kecamatan Watang Pulu, Sidrap. Melalui program ini, diharapkan UMKM dapat mengalami peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek, seperti peningkatan kualitas produk, efektivitas pemasaran, inovasi teknologi, serta perluasan akses ke sumber pembiayaan yang lebih baik. Dengan demikian, diharapkan UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan daya saingnya, dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal. Dukungan yang diberikan kepada UMKM diharapkan dapat membantu mereka menghadapi tantangan, terutama dalam mengoptimalkan potensi bisnis mereka dan memperluas jangkauan pasar.

2. Tinjauan Pustaka

Pendampingan usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seperti penjahit "Ikayani" di Wilayah Watangpulu Kabupaten Sidrap merupakan bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi lokal. UMKM memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan operasional, termasuk dalam hal pemasaran, inovasi, teknologi, dan akses pembiayaan.

Inovasi adalah menemukan sesuatu hal yang baru atau melakukan berbagai pembaruan yang terbentuk dalam sebuah produk, ide, desain, dan lain sebagainya. UMKM perlu terus mengadopsi inovasi dalam berbagai aspek bisnisnya, seperti produk, proses, dan strategi pemasaran, agar tetap kompetitif di pasar (Rahayu & Hidayah, 2023). Selain itu, inovasi produk, jaringan usaha, dan persaingan usaha juga berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Pelatihan inovasi marketplace bagi UMKM telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman penggunaan aplikasi teknologi dan mendorong kreativitas (Suhermin et al., 2022). Studi lain menyoroti pentingnya inovasi pemasaran sebagai strategi pemulihan bagi UMKM selama pandemi, dengan fokus pada pendekatan metodologis multidisiplin untuk membantu UMKM menjangkau pasar baru dan memanfaatkan sumber daya terbatas dengan lebih baik (Ariescy et al., 2022). Selain itu, orientasi kewirausahaan dan inovasi juga berperan dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM di sektor kuliner (Lestari et al., 2019).

Pemberdayaan UMKM melalui inovasi pemasaran berbasis teknologi informasi, seperti penggunaan media sosial dan e-commerce, juga menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pertumbuhan UMKM (Himarosa et al., 2022). Adopsi teknologi digital dan inovasi juga penting dalam membangun ketahanan UMKM, terutama dalam mengidentifikasi faktor risiko yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha (Hardi et al., 2022). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi memainkan peran krusial dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM. Melalui adopsi inovasi dalam berbagai aspek bisnis, UMKM dapat terus berkembang dan bertahan di pasar yang kompetitif.

Kreativitas dalam pengembangan produk dan pemasaran memegang peran penting dalam keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Studi oleh Asriani et al. (2022) menunjukkan bahwa penerapan digital marketing berbasis Facebook pada UMKM kerupuk sagu dapat meningkatkan penetrasi pasar dan penjualan. Sementara itu, Primadewi et al. (2020) menekankan pentingnya penguatan pemasaran produk UMKM melalui strategi product branding untuk meningkatkan daya saing di pasar. Selain itu, Nurmala (2022) menyoroti pengaruh media sosial terhadap kinerja UMKM dan kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi yang dapat meningkatkan profit melalui pemasaran berbasis online. Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif, Hasan et al. (2021) menekankan bahwa transformasi digital UMKM sektor

kuliner dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dan konsumen. Dengan demikian, melalui kreativitas dalam pengembangan produk dan pemasaran, UMKM dapat meningkatkan daya saing, penetrasi pasar, dan profitabilitas mereka di tengah tantangan yang ada.

Pendampingan dalam aspek manajemen operasional juga penting untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha. Hasil program pengabdian pada rumah jahit "Ikayani" menunjukkan bahwa penataan layout usaha yang lebih terstruktur dapat meningkatkan kenyamanan lingkungan kerja dan efisiensi proses produksi. Selain itu, penyediaan rak display membantu dalam menampilkan produk jahitan dengan lebih menarik, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan dan potensi penjualan. Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran, seperti pembuatan katalog produk menggunakan aplikasi Canva, dan optimasi penggunaan media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Business) telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penetrasi pasar rumah jahit "Ikayani". Selain itu, penempatan titik usaha di Google Maps mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi bisnis, sehingga meningkatkan aksesibilitas dan kehadiran online.

3. Metode

Metode kegiatan pengabdian yang diterapkan dalam skema program Kegiatan Kemandirian Masyarakat (KKM) merupakan suatu proses terstruktur dan terencana yang bertujuan memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan masyarakat. Tahapan pertama dalam metode ini adalah perencanaan, yang melibatkan pembentukan tim pengabdian. Dalam tahap ini, tim akan mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh masyarakat sasaran, menetapkan tujuan yang ingin dicapai, serta merumuskan strategi dan langkah-langkah yang akan dilakukan selama pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya, tahap persiapan meliputi penentuan tempat sosialisasi, penyusunan jadwal kegiatan, serta pengadaan alat dan bahan yang diperlukan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan program. Persiapan yang matang akan memastikan bahwa semua aspek kegiatan telah dipersiapkan dengan baik sebelum memasuki tahap pelaksanaan. Setelah tahap perencanaan dan persiapan selesai, dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini, tim pengabdian akan menjalankan rencana yang telah disusun sebelumnya dengan penuh dedikasi dan kesungguhan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selama pelaksanaan, tim akan terus melakukan evaluasi dan monitoring terhadap perkembangan kegiatan, serta beradaptasi dengan perubahan yang mungkin terjadi di lapangan. Dalam upaya pemecahan masalah terkait prioritas permasalahan produksi dan operasional, metode pelaksanaan yang diusulkan adalah dengan membantu mitra dalam menata layout usaha agar lebih rapi dan nyaman bagi pegawai dan pelanggan. Selain itu, untuk mengatasi permasalahan pemasaran, mitra akan didampingi dalam pembuatan media promosi di internet guna meningkatkan visibilitas dan penetrasi pasar, dengan partisipasi mitra dalam menyediakan data dan informasi yang diperlukan serta mengoperasikan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran.

4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian pada rumah jahit "Ikayani", terdapat pencapaian yang patut diperhatikan dan disorot sebagai bagian dari upaya pengembangan usaha. Pertama-tama, dalam aspek manajemen operasional, program pengabdian memberikan kontribusi signifikan dengan membantu dalam penataan layout usaha agar lebih terstruktur, rapi, dan nyaman bagi pegawai dan pelanggan. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, memperbaiki kenyamanan lingkungan kerja, serta meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan layout usaha yang terorganisir dengan baik, diharapkan proses produksi dan pelayanan dapat berjalan lebih lancar dan efektif. Selain itu, dalam aspek manajemen pemasaran, program pengabdian turut berperan dalam mengembangkan strategi promosi melalui media internet guna meningkatkan visibilitas dan penetrasi pasar bagi rumah jahit "Ikayani". Dengan adanya promosi yang tepat dan efektif, diharapkan usaha jahit ini dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan daya saingnya di industri konfeksi yang semakin kompetitif. Langkah-langkah ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan oleh rumah jahit, tetapi juga berpotensi untuk meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha secara keseluruhan.

Pengabdian pada rumah jahit "Ikayani", terdapat pencapaian yang patut diperhatikan dan disorot sebagai bagian dari upaya pengembangan usaha. Salah satu aspek yang menjadi fokus adalah manajemen operasional, di mana program pengabdian membantu dalam penataan layout usaha agar lebih terstruktur, rapi, dan nyaman bagi pegawai dan pelanggan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, memperbaiki kenyamanan lingkungan kerja, serta meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan

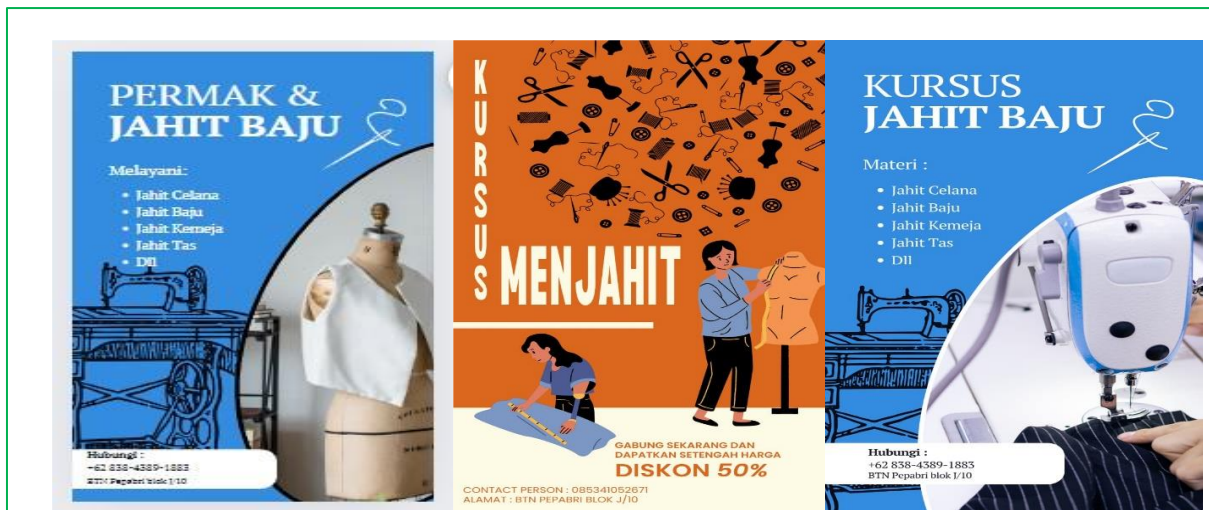
layout usaha yang terorganisir dengan baik, diharapkan proses produksi dan pelayanan dapat berjalan lebih lancar dan efektif. Selain itu, dalam aspek manajemen pemasaran, program pengabdian turut berperan dalam mengembangkan strategi promosi melalui media internet guna meningkatkan visibilitas dan penetrasi pasar bagi rumah jahit "Ikayani". Dengan adanya promosi yang tepat dan efektif, diharapkan usaha jahit ini dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan daya saingnya di industri konfeksi yang semakin kompetitif.

Untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas kegiatan pengabdian, penelitian ini dapat diperkaya dengan pendekatan evaluasi yang lebih terperinci. Evaluasi yang komprehensif dapat mencakup analisis mendalam terhadap dampak dari perubahan layout usaha dan strategi pemasaran yang diterapkan. Selain itu, melibatkan pemangku kepentingan seperti pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan dalam proses evaluasi juga dapat memberikan wawasan yang berharga untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini juga dapat diperkaya dengan data kuantitatif dan kualitatif yang lebih mendalam untuk mendukung temuan dan rekomendasi yang lebih kuat. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan dalam pengembangan usaha jahit "Ikayani" dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi pemangku kepentingan terkait.

Melalui peningkatan layout usaha dan strategi pemasaran yang efektif, rumah jahit "Ikayani" mampu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saingnya di pasar lokal. Selain itu, partisipasi aktif pemilik usaha dan karyawan dalam implementasi program pengabdian juga turut berkontribusi dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih teratur dan nyaman. Evaluasi menyeluruh terhadap dampak perubahan yang dilakukan dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan. Adapun hasil dari pengabdian adalah sebagai berikut:

1) Pembuatan Katalog produk.

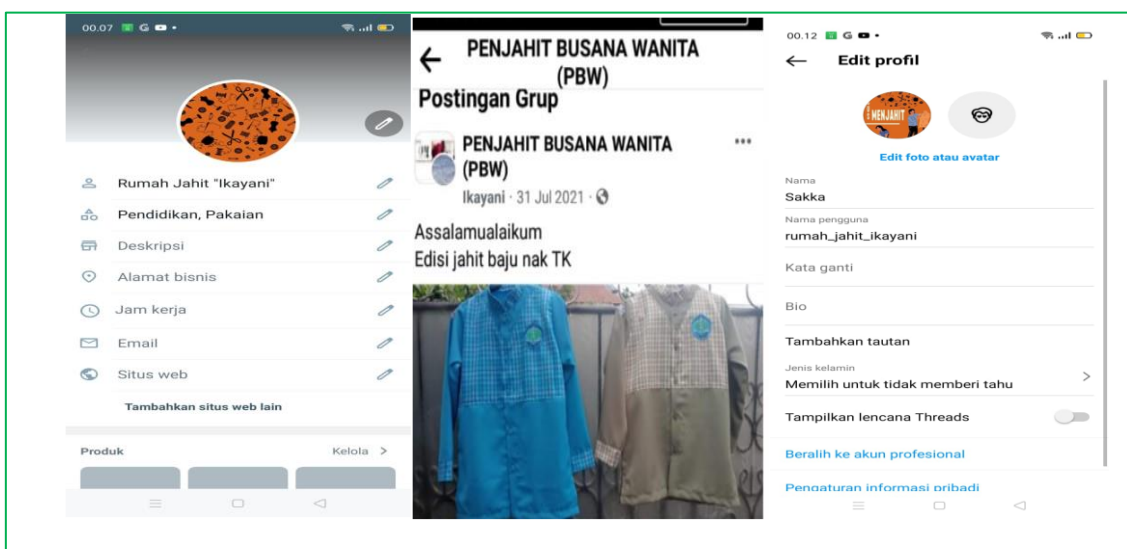
Dalam kegiatan pengabdian ini, terdapat pencapaian yang signifikan terkait dengan pengembangan katalog produk sebagai alat penting dalam pemasaran barang dan jasa perusahaan. Sebelum mendapatkan pendampingan, usaha jahit "Ikayani" belum memiliki katalog produk, yang menyulitkan proses promosi bisnis. Untuk mengatasi kendala ini, perusahaan jahit "Ikayani" menerima bantuan dan dukungan untuk membuat katalog produk yang mencakup berbagai contoh hasil desain dan jahitan dari berbagai kategori. Seluruh tim dan pemilik usaha jahit terlibat secara aktif dalam pembuatan katalog ini, mulai dari pengumpulan bahan hingga desain katalog yang disusun melalui diskusi bersama tim dengan pemilik bisnis. Pengembangan katalog produk ini tidak hanya membantu dalam memperkuat strategi pemasaran usaha jahit "Ikayani", tetapi juga memberikan nilai tambah dalam memperkenalkan ragam produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan adanya katalog yang informatif dan menarik, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik usaha jahit ini di pasar dan mempermudah proses promosi serta penjualan produk. Kolaborasi antara tim pengabdian dan pemilik usaha dalam penyusunan katalog produk menjadi langkah penting dalam meningkatkan profesionalisme dan daya saing usaha jahit "Ikayani" di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam pembuatan katalog produk mitra dibimbing langsung dengan menggunakan aplikasi canva. Hal ini bertujuan agar mitra mampu menyesuaikan katalog sesuai dengan trend yang ada sehingga mampu mendapatkan hasil yang baik.



Gambar 1. Katalog produk Usaha Jahit “Ikayani”

- 2) Mengoptimalkan penggunaan media platform untuk rumah jahit “Ikayani” seperti facebook, Instagram, whatsapp bussines.

Dalam upaya mengoptimalkan penggunaan media platform untuk rumah jahit "Ikayani" seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business, langkah-langkah strategis dapat diambil untuk meningkatkan visibilitas dan penetrasi pasar. Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran digital telah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan bisnis dan menjangkau konsumen potensial. Dengan memanfaatkan platform-platform tersebut secara optimal, rumah jahit "Ikayani" dapat memperkuat branding, memperkenalkan produk-produk unggulan, serta menjalin interaksi yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, melalui pemanfaatan media platform ini, rumah jahit dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kehadiran online yang dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan bisnis. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, pemanfaatan media platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business menjadi kunci strategis dalam memperkuat posisi rumah jahit "Ikayani" di pasar. Dengan mengadopsi strategi digital marketing yang tepat, rumah jahit dapat mencapai audiens yang lebih luas, membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, serta meningkatkan penjualan produk. Dengan demikian, pengoptimalan penggunaan media platform ini tidak hanya akan memberikan manfaat dalam meningkatkan kehadiran online dan daya saing bisnis, tetapi juga dapat membantu rumah jahit "Ikayani" untuk terus berkembang dan sukses di era digital saat ini.



Gambar 2. media platform untuk rumah jahit “Ikayani”

3) Pembuatan titik usaha di google map.

Untuk membuat bisnis jahit Ikayani karya mudah ditemukan oleh pelanggan dan calon pelanggan, kami menggunakan Google Maps untuk menunjukkan lokasi bisnis kami. Dalam upaya untuk mempermudah pelanggan dan calon pelanggan menemukan bisnis jahit "Ikayani", langkah strategis yang diambil adalah dengan membuat titik usaha di Google Maps. Dengan menunjukkan lokasi bisnis secara jelas melalui platform Google Maps, diharapkan akan memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi fisik dari rumah jahit "Ikayani". Hal ini tidak hanya mempermudah aksesibilitas bagi pelanggan yang ingin mengunjungi langsung usaha jahit tersebut, tetapi juga dapat meningkatkan visibilitas dan kehadiran online dari bisnis tersebut. Pemanfaatan Google Maps sebagai alat untuk menunjukkan lokasi bisnis merupakan strategi yang cerdas dalam era digital saat ini. Dengan adanya titik usaha yang terdaftar di Google Maps, bisnis jahit "Ikayani" dapat lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan yang mencari informasi lokasi secara online. Selain itu, keberadaan bisnis pada platform Google Maps juga dapat memberikan kepercayaan dan kredibilitas tambahan kepada konsumen, karena menunjukkan bahwa bisnis tersebut terdaftar secara resmi dan dapat diakses dengan mudah melalui aplikasi navigasi online. Dengan demikian, langkah pembuatan titik usaha di Google Maps dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kehadiran online dan memperluas jangkauan pemasaran bagi bisnis jahit "Ikayani".

6. Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian pada rumah jahit "Ikayani", terdapat pencapaian yang patut diperhatikan dan disorot sebagai bagian dari upaya pengembangan usaha. Pertama-tama, dalam aspek manajemen operasional, program pengabdian memberikan kontribusi signifikan dengan membantu dalam penataan layout usaha agar lebih terstruktur, rapi, dan nyaman bagi pegawai dan pelanggan. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, memperbaiki kenyamanan lingkungan kerja, serta meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan layout usaha yang terorganisir dengan baik, diharapkan proses produksi dan pelayanan dapat berjalan lebih lancar dan efektif. Selain itu, dalam aspek manajemen pemasaran, program pengabdian turut berperan dalam mengembangkan strategi promosi melalui media internet guna meningkatkan visibilitas dan penetrasi pasar bagi rumah jahit "Ikayani". Dengan adanya promosi yang tepat dan efektif, diharapkan usaha jahit ini dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan daya saingnya di industri konfeksi yang semakin kompetitif.

Referensi

- Anisah, T. N. (2024). Analisis potensi dan tantangan pengembangan UMKM angkringan sebagai komponen ekonomi kreatif di Kecamatan Kemantren, Yogyakarta. *ADARMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Janabadra*, 10(2), 54-59. <https://doi.org/10.37159/jad.v10i2.7>
- Ariescy, R. R., Sholihatin, E., & Mawardi, A. I. (2022). Inovasi pemasaran sebagai strategi pemulihan usaha mikro kecil dan menengah selama pandemi: Studi kasus UKM di Kota Batu dan Kota Malang. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 2(2), 121-127. <https://doi.org/10.20473/jgar.v2i2.33467>
- Asriani, A., Herdhiansyah, D., Rizka, S., & Rismawan, Y. (2022). Penerapan digital marketing berbasis Facebook pada UMKM Kerupuk Sagu. *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 1135-1144. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.712>
- Haryanto, H., Delfina, D., Jessica, J., Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatan UMKM JHN Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 181-186. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.494>
- Hardi, R., Khaerah, N., Putra, M. A. P., Nurjannah, N., Ismawati, I., Sari, M., & Fajar, M. (2022). Penelusuran mortality risk factors dan digital innovation dalam membangun ketahanan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Makassar. *Jurnal Arajang*, 5(2), 86-98. <https://doi.org/10.31605/arajang.v5i2.2161>

- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi digital UMKM sektor kuliner di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135-150. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2529>
- Himarosa, R. A., Krisdiyanto, K., Wardana, P. A., Maulana, N. R., & Sofyantoro, F. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui inovasi marketing berbasis teknologi informasi. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 774-781. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i6.4099>
- Kala'lembang, A. (2020). Adopsi e-commerce dalam mendukung perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di masa pandemi COVID-19. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 54. <https://doi.org/10.25273/capital.v4i1.7358>
- Kadeni, N. S. (2020). Peran UMKM (usaha mikro kecil menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Lestari, I. A., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111-118. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.245>
- Maretanidanini, S. T., Wicaksana, R., Tsabita, Z. A., & Firmansyah, A. (2023). Potensi kepatuhan pajak UMKM setelah kenaikan tarif pajak pertambahan nilai: Sebuah pendekatan teori atribusi. *Educoretax*, 3(1), 42-55. <https://doi.org/10.54957/educoretax.v3i1.372>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiwaty, N., Siregar, L. D., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2021). Menjadi "UMKM unggul" melalui optimalisasi strategi pemasaran digital dalam menghadapi tantangan bisnis di era new normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17-28. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>
- Nurmala, D. (2022). Pengaruh media sosial terhadap kinerja UMKM dan kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 1(1), 16-28. <https://doi.org/10.57096/blantika.v1i1.2>
- Primadewi, A., Anwar, T. M., Yustin, Y., Sani, A. H., & Fauzi, M. (2020). Penguatan pemasaran produk UMKM Ashfa Madu Borobudur melalui strategi product branding. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(3), 154. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i3.17683>
- Rahayu, T., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha UMKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 52-61.
- Rudiantoro, R., & Siregar, S. V. (2012). Kualitas laporan keuangan UMKM serta prospek implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 9(1), 1-21. <https://doi.org/10.21002/jaki.2012.01>
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1-189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Setyawati, I. (2018). Peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional. <https://doi.org/10.31227/osf.io/7qkj6>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Suhermin, Ramadhani, Y. C., Budiyanto, & Subardjo, A. (2022). Pelatihan inovasi marketplace bagi UMKM. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1195-1202.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha (business sustainability) pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 153. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1399>

- Widyastuti, T., & Parianom, R. (2022). Pengembangan dan pemberdayaan UMKM Kota Depok di masa pandemi COVID-19. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 203-212.
<https://doi.org/10.29407/ja.v6i1.16718>
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121-126.
<https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>