

---

**PENINGKATAN HASIL PRODUKSI MASKER PADA UKM HAMDALAH MELALUI  
DIGITAL MARKETING****Abdul Basit<sup>1</sup>, Didit Yulian Kasdriyanto<sup>2</sup>, Nastiti Mufidah<sup>3</sup>, Ahmad Izzudin<sup>4</sup>, dan  
Sheilla Fitri Dahlianti<sup>5</sup>**<sup>1</sup>Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas Panca Marga<sup>2</sup>Pendidikan Guru SD, Universitas Panca Marga<sup>3</sup>Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial, IAIN Ponorogo<sup>4</sup>Teknik Industri, Universitas Panca Marga<sup>5</sup>Manajemen, Universitas Panca Marga[\\*abdulbasit@upm.ac.id](mailto:*abdulbasit@upm.ac.id)**ABSTRAK**

Seluruh masyarakat terdampak dengan adanya Covid 19. Salah satu usaha bidang masyarakat yang terdampak adalah hasil produksi dari usaha kelompok kecil dan menengah (UMKM), salah satunya seperti yang terjadi pada UKM Hamdalah. Keberadaan Covid 19 membuat UKM Hamdalah memutar otak kemudian muncul ide dan gagasan untuk membuat masker dari kain perca (kain sisa). Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan kain perca yang sudah tidak digunakan dan diproses dengan nilai jual tinggi. Hasil produksi masker milik UKM Hamdalah ini mampu memproduksi hingga 500 buah masker per hari. Jenis pemasaran bisa langsung ke tempat UKM Hamdalah (offline) yang terletak di Jalan Sunan Ampel Kelurahan Jrebeng Lor Kecamatan Kedopok Kota Proboinggo. Disamping itu, pemasaran dilakukan melalui online dengan memanfaatkan marketing digital yang dibuat oleh kelompok mahasiswa KKN Kec. Kedopok Kota Probolinggo. Keberadaan kelompok mahasiswa KKN Kec. Kedopok Kota Probolinggo dirasakan oleh masyarakat Kedopok dan sekitarnya seperti yang dialami oleh UKM Hamdalah ini. Hasil produksi penjualan yang semula hanya bersifat menunggu konsumen datang ke tempat mitra, omset penjualan kemudian naik cukup signifikan dengan adanya peran sosial media yang dimanfaatkan untuk penjualan masker ini.

**Kata Kunci :** UKM hamdalah, masker kain perca, digital marketing

**ABSTRACT**

All communities are affected by the Covid 19. One of the affected community businesses is the production of small and medium-sized enterprises (UMKM), one of which is the case with UKM Hamdalah. The existence of Covid 19 made UKM Hamdalah rack their brains and ideas emerged to make masks from patchwork (leftover cloth). This aims to maximize patchwork that is no longer used and processed with a high selling value. The masks produced by Hamdalah UKM are capable of producing up to 500 masks per day. This type of marketing can go directly to the Hamdalah UKM (offline) which is located on Jalan Sunan Ampel, Jrebeng Lor Village, Kedopok District, Proboinggo City. In addition, marketing is done online by utilizing digital marketing created by the KKN Kec student group. Probolinggo City Hall. The existence of a group of KKN Kec. Kedopok City of Probolinggo is felt by the people of Kedopok and its surroundings as experienced by UKM Hamdalah. The results of sales production which were originally only waiting for consumers to come to the partner's place, sales turnover then rose quite significantly with the role of social media which was used to sell these masks.

**Keywords:** UKM hamdalah, patchwork mask, digital marketing

**Articel Received:** 17/05/2022; **Accepted:** 23/06/2022

**How to cite:** Basit, A., dkk. (2022). Peningkatan Hasil Produksi Masker Pada Ukm Hamdalah Melalui Digital Marketing. *Abdimas Siliwangi*, Vol 5 (2), 233-241. doi: <http://dx.doi.org/10.22460/as.v5i2.9479>

## **A. PENDAHULUAN**

Saat ini dunia sedang dilanda krisis kesehatan akibat penularan Corona Virus Disease (Covid 19) (Sucika Armiani, 2020). Puncak masyarakat yang terpapar Covid 19 dengan varian delta yang masuk ke Indonesia pada akhir bulan Mei lalu membuat banyak korban berjatuhan di berbagai daerah di Indonesia. Indonesia mengalami kekhawatiran yang sangat besar terhadap virus ini (Imam Safi'i, 2021). Covid 19 sebenarnya merupakan bencana non alam yang datang secara tiba-tiba (Mayasiana, 2020). Pada bulan Juli 2021 khususnya semakin banyak lonjakan kasus baru dan meningkatnya angka kematian di pertengahan bulan Juli disebut sebagai puncak kematian tertinggi gelombang 2 di Indonesia. Banyak usaha yang telah dilakukan pemerintah dalam mencegah dan mengatasi Covid 19 ini. Upaya yang dilakukan tampak terlihat pada Pemberlakuan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat yang kemudian berganti menjadi PPKM level 4.

Jika melihat peta sebaran Covid 19 di berbagai daerah di Jawa Timur, untuk daerah kota Probolinggo sendiri masuk kategori PPKM level 4. Hal ini langsung mengundang reaksi Walikota Probolinggo, Habib Hadi Zainal Abidin untuk melakukan berbagai tindakan seperti penyekatan di jalan-jalan strategis seperti jalan Suroyo, jalan panglima sudirman, jalan soekarno hatta dan lain-lain. Selain itu, pemadaman lampu penerangan jalan secara serentak mulai jam 20.00 WIB oleh PLN kota Probolinggo khususnya yang berada pada titik tempat keramaian membuat masyarakat enggan untuk keluar rumah.

Disatu sisi kebijakan ini bertujuan untuk mengurangi angka penularan Covid 19, tetapi disisi lain secara bersamaan mematikan perekonomian masyarakat khususnya para pedagang kecil seperti PKL dan asongan. Oleh karenanya, pemerintah kota Probolinggo kemudian mempercepat dan menyerahkan bantuan sosial Covid 19 dengan menggunakan APBD untuk tahap III berupa uang senilai Rp 200.000 ribu dan sembako beras 5 kg untuk warga kota Probolinggo.

Selanjutnya, seiring dengan bersamanya kegiatan KKN oleh mahasiswa Universitas Panca Marga (UPM) pada kecamatan Kedopok di tengah pandemi, maka kemudian muncul banyak program yang membantu pemerintah setempat dalam memulihkan masyarakat khususnya di bidang kesehatan dengan memberikan edukasi secara berkelanjutan dan pembagian masker dan hand sanitizer.

Kegiatan yang dilakukan selama bulan Agustus 2021 ini (mulai 2 s.d 31 Agustus 2021) oleh kelompok mahasiswa KKN kecamatan Kedopok diakui oleh Noor Aly selaku sekretaris

kecamatan Kedopok sangat merasa terbantu. Pemerintah sudah melakukan edukasi untuk pencegahan Covid 19 namun sudah tidak diindahkan oleh masyarakat sekitar. Hal ini membuat mereka jenuh dan bosan dalam kondisi seperti saat ini, sehingga keberadaan mahasiswa kelompok KKN Kedopok ini membuat optimistis kembali untuk ingat dan saling mengingatkan dalam menjaga diri, keluarga dan orang lain minimal lingkungan mereka tinggal.

Hasil studi pendahuluan dengan stakeholder kemudian ditelusuri oleh mahasiswa di berbagai titik keramaian seperti pasar tradisional yang berada di kelurahan Jrebeng Lor. Ditemukan banyak pembeli dan penjual yang sudah tidak menggunakan masker. Selain itu, juga ditemukan bahwa mereka membawa masker namun tidak dipakai atau tidak digunakan sebagaimana mestinya. Alasan mereka para pedagang pasar lebih banyak kepada hal yang mereka anggap sudah berkontribusi seperti perihal sudah divaksin, sehingga tak perlu memakai masker, dan lain-lain.

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya seperti penyediaan tempat air bersih dan air mengalir di pasar dan tempat keramaian, pembuatan slogan berupa ajakan 5 M, dan lain-lain. Aly menuturkan bahwa pemerintah sebenarnya sudah pasrah dan capek dengan menghadapi kondisi masyarakat yang sudah tidak acuh dan mengabaikan 5 M tersebut.

Hal ini kemudian menyebabkan angka suspek baru yang menunjukkan peningkatan di kelurahan Jrebeng Lor, Kareng Lor, Jrebeng Wetan, Jrebeng Kulon dan Kedopok (Dinkes Kota Probolinggo, 2021). Oleh karenanya, kelompok mahasiswa KKN sebagai tim pelaksana hadir dengan membawa misi untuk a) memberikan edukasi secara berkelanjutan kepada masyarakat di tempat mahasiswa tinggal; b) membagi masker dan hand sanitizer pada setiap pekan sebanyak 500 masker dan 100 hand sanitizer dan c) pemberdayaan masyarakat bagi UKM Hamdalah melalui *digital marketing*.



Gambar 1. Pemberian masker kepada warga kecamatan Kedopok dan sekitarnya

Selain itu, pemberdayaan masyarakat ekonomi kreatif menjadi penting di tengah pandemi Covid 19 khususnya di Kota Probolinggo seperti yang dialami oleh UKM Hamdalah. Terjadinya wabah berupa pandemi Covid 19 ini UKM Hamdalah berupaya menyesuaikan kebutuhan masyarakat dan pemerintah yakni pembuatan masker dan baju hazmat APD. UKM Hamdalah memproduksi masker dan baju hazmat sesuai pesanan. Pesanan dimulai dari RSUD. Moh Saleh, instansi pemerintah seperti kelurahan, puskesmas, dan sekolah. Adapun yang menjadi kendala saat ini adalah 1) semakin banyaknya masker bedah yang berasal dari barang impor dan sangat murah. Hal ini tentu membuat produksi masker kain sangat sulit bersaing dengan barang impor tersebut. Hal ini perlu menjadi perhatian khusus oleh pemerintah setempat dalam mengembangkan potensi yang dimiliki usaha produksi seperti milik Ibu Nur Addini Islamiyah ini. 2) keterampilan dalam menjalankan manajemen produksi masih bersifat kekeluarga, sehingga perlu adanya pemisahan antara omset produksi dan keuangan keluarga dengan baik dan benar.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Masker pada wabah covid-19**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Joost Wiersinga, menyatakan bahwa covid-19 dapat menyebar terutama melalui tetesan pernapasan selama kontak tatap muka. Infeksi dapat menyebar secara asimtomatik, presimptomatik, dan pembawa gejala. Lebih lanjut Joost menyimpulkan bahwa sampai vaksin yang efektif belum tersedia, maka metode utama untuk mengurangi penyebaran adalah dengan menggunakan masker wajah, jarak sosial, dan pelacakan kontak Antibodi monoklonal dan globulin hiperimun yang dapat memberikan tambahan strategi pencegahan (Wiersinga et al., 2020). Pentingnya penggunaan masker dalam mengurangi penyebaran virus covid-19 juga dilengkapi oleh penelitian yang dilakukan oleh Chu yang menyatakan bahwa penggunaan masker wajah dapat menghasilkan pengurangan besar dalam risiko infeksi virus covid 19 (Chu, 2020).

Selain menjadi darurat kesehatan fisik publik, penyakit Covid-19 juga memengaruhi kesehatan mental global, sebagaimana dibuktikan dengan *panic-buying* di seluruh lapisan masyarakat di dunia saat kasus melonjak (Wang, 2020). Kondisi demikian sangatlah berimbas pada menurunnya pendapatan warga dalam berbagai sektor. Sehingga salah satu jalan yang dapat dilakukan oleh masyarakat yakni

menciptakan sebuah terobosan cerdas yang mampu menghasilkan pundi-pundi rupiah guna memenuhi tingginya kebutuhan saat pandemic terjadi (Zhong, 2020). Salah satu ide kreatif yang dimunculkan oleh UKM Hamdalah adalah pembuatan masker dengan memanfaatkan kain perca.

Ide brilian tersebut muncul dari hasil observasi awal peneliti dimana pada umumnya kain perca sudah tidak digunakan oleh masyarakat. Kebanyakan dari mereka membuang kain tersebut atau diberikan ke orang lain. Kain perca merupakan kain sisa yang sudah tidak digunakan lagi oleh masyarakat pada saat memesan pakaian dan lain sebagainya. Kain perca kemudian banyak yang menganggap sebagai kain untuk pembersih lantai dari debu atau digunakan sebagai pembersih barang lainnya.

Namun, ini tidak berlaku bagi UKM Hamdalah yang memanfaatkan kain perca ini untuk pembuatan masker. Pembuatan masker dari kain perca yang diproduksi oleh mitra disini diawali dengan permintaan dari berbagai pihak, diantaranya pihak rumah sakit RSUD Moh. Saleh, beberapa puskesmas dan instansi di wilayah kota Probolinggo. Adanya penyebaran Covid 19 membutuhkan tantangan di masyarakat khususnya pada pelaku UKM yang sangat terdampak. UD Hamdalah adalah salah satu UKM yang berada di kota Probolinggo tepatnya di kelurahan Jrebeng Lor yang memiliki ide dan gagasan membuat hasil usaha produksi dengan mengaitkan kebutuhan masker pada masa pandemi Covid 19.

## **2. *Digital Marketing***

Selama satu dekade terakhir, telah terjadi peningkatan fokus pada layanan lintas sektor sosial ekonomi ditambah dengan perkembangan transformasional dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Bersamaan dengan perkembangan ini lahirlah berbagai peluang baru yang secara dramatis dalam meningkatkan berbagai inovasi layanan (Barrett, 2015). Munculnya internet dan khususnya fitur interaktif Web 2.0 dalam beberapa tahun terakhir telah menyebabkan ledakan minat dalam keterlibatan pelanggan. Peluang yang disajikan oleh media sosial untuk membantu membangun hubungan dekat dengan pelanggan tampaknya telah menarik berbagai pelaku industri di seluruh dunia (Sashi, 2012).

Berdasarkan tren tersebut maka kemudian mitra berinisiatif membuat pemasaran via digital dengan dibantu oleh kelompok KKN Kec. Kedopok. Pemanfaatan *Digital*

*Marketing* melalui peran sosial media seperti Facebook, Youtube, WhatsApp dan sosial media lainnya turut ikut andil dalam peningkatan hasil penjualan dari mitra UD. Mutiara Desa. Pemanfaatan *digital marketing* diharapkan mampu untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan, sehingga dapat mengubah pelanggan menjadi penggemar (Sashi, 2012). Dengan demikian, kontribusi kelompok mahasiswa KKN Kec. Kedopok Kota Probolinggo dalam membantu UKM Hamdalah sesuai dengan topik yang diangkat oleh panitia KKN Universitas Panca Marga yakni “Pemberdayaan Masyarakat pada Masa Pandemi Covid 19”.

### **C. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan ini difokuskan pada lokasi mitra yang bertempat di jalan Sunan Ampel RT 3 RW 7 Kel. Jrebeng Lor Kecamatan Kedopok Kota Probolinggo. Mitra menjalankan produksi masker dan atribut Covid 19 lainnya dilakukan sejak awal pandemi setelah banyak permintaan khususnya dari pemerintah kota Probolinggo dan pihak rumah sakit. Sementara itu, pemasaran yang dilakukan oleh mitra UKM Hamdalah berasal dari mulut ke mulut, sehingga membuat mitra kesulitan dalam proses pemasaran. Menurut (Wardiyah Daulay, 2020) masker kain dapat diproduksi di rumah jahit dengan memanfaatkan kain perca dan tidak membutuhkan bahan yang banyak, sehingga kain perca tersebut dapat digunakan dan UKM dapat terbantu dengan adanya kondisi pandemi Covid 19 ini.

Oleh karenanya, tim pelaksana kegiatan melakukan upaya dengan berupa penyediaan tempat bagi UKM Hamdalah pada marketplace penjualan online seperti shopee, bukalapak, tokopedia, dan lain-lain. Mengingat luasnya jangkauan media sosial sehingga berbagai perusahaan semakin mampu mengandalkannya sebagai saluran untuk komunikasi pemasaran (Kumar, 2016). Selain itu, luaran kegiatan ini juga berfokus pada pendampingan manajemen produksi secara berkelanjutan. Hal ini bertujuan untuk melihat secara dekat hasil perkembangan setiap bulan yang dialmai oleh mitra produksi.

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil kegiatan yang diperoleh dalam pengabdian ini mengacu pada pendapat yang diungkap oleh Barrett dimana tujuan dari berbagai inovasi dibidang *digital marketing* adalah untuk menyatukan beberapa temuan terbaru dari disiplin pemasaran dan sistem informasi untuk memajukan perkembangan teoretis tentang inovasi layanan di era digital (Barrett,



2015). Peningkatan pemasaran berbasis online diharapkan mampu menambah pengetahuan, keterampilan dan omset mitra produksi. Selain itu, manajemen produksi dapat terlihat ketika hasil usaha yang dihasilkan menunjukkan pemisahan dengan keuangan keluarga dan berbasis teknologi. Hal ini kemudian dilakukan oleh kelompok mahasiswa KKN Kedopok dengan memberikan pelatihan berbasis manajemen keuangan dan digital marketing yang baik dan benar.

Pada proses produksi yang dilakukan mitra diawali dengan pembelian bahan. Pembelian bahan untuk pembuatan masker, mitra membeli kain perca/kain sisa sehingga harganya sangat murah. Kain yang dibuat masker ini dapat diperoleh dengan mudah di pasar sekitar kota Probolinggo. Selanjutnya, dilakukan pemotongan sesuai pola kemudian masuk ke dalam penjahitan sesuai dengan konsep dan pola yang telah dirancang. Proses produksi pada mitra UKM Hamdalah melibatkan 4 orang. 2 pegawai di tempat usaha bagian proses produksi dan 2 lainnya bagian pemasaran dan bekerja di luar, termasuk pencarian bahan baku kain yang akan dibuat masker.

Adapun jumlah produksi dalam sehari sampai 500 buah masker. Namun kendala yang dialami oleh mitra adalah saat ini banyaknya jenis masker bedah impor menyebabkan masyarakat terkadang memilih masker dengan harga yang sangat murah. Sedangkan harga masker per buah pada mitra dijual di pasaran dengan harga Rp 5.000,-. Proses pengemasan yang dilakukan oleh mitra dilakukan 2 orang dengan jumlah paket sebanyak 1 lusin. Berikut adalah salah satu gambar masker yang dibuat oleh mitra usaha produksi UKM Hamdalah.



Gambar 1. Hasil produksi masker dari kain perca

Diakui oleh Nur Adini selaku pemilik usaha bahwa pemasaran hasil produksi dengan alat bantu teknologi dan sosial media sangat efektif dalam mempercepat pemasaran. hal ini perlu adanya digital marketing yang bagus dan menarik sehingga konsumen tertarik dan senang dengan hasil produksi mitra. Selain itu, manajemen berbasis keuangan perlu mendapatkan bimbingan oleh pemerintah setempat dan stakeholder terkait dalam menyusun

rencana dan laporan sesuai hasil usaha secara kredibel. Oleh karenanya, dua permasalahan yang menjadi fokus mitra dilakukan dengan baik oleh kelompok mahasiswa terbatas KKN Kedopok. Berikut salah satu gambar interaksi tim pelaksana dengan mitra produksi UKM Hamdalah.



Gambar 2. Kunjungan tim pelaksana di tempat mitra produksi

#### **E. KESIMPULAN**

Pada kegiatan yang dilakukan oleh tim pelaksana menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat pada UKM Hamdalah sangat membutuhkan pemasaran secara cepat dengan berbasis online. Hal ini dirasakan oleh mitra bahwa pemasaran mulut ke mulut sangat lambat dibandingkan dengan menggunakan teknologi. Selain itu, perlu adanya pendampingan secara berkelanjutan oleh pemerintah setempat. Sebab masih banyak UKM di kota Probolinggo yang membutuhkan perhatian dan dukungan dari pemerintah di tengah PPKM ini. Sehingga perlu adanya pelatihan yang diselenggarakan oleh berbagai stakeholder dan bersifat kontinu terutama terkait manajemen keuangan berbasis IT.

Saran pada kegiatan ini lebih berfokus pada kurangnya perhatian pemerintah terhadap UKM di kota Probolinggo, salah satunya dialami oleh UKM Hamdalah dengan proses produksi masker dan pakaian APD ini. Banyaknya UKM yang gulung tikar akibat dampak wabah Covid 19 akan terus meningkat manakala minimnya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, perlu dukungan dan perhatian khusus kepada para pelaku usaha produksi (UKM) di kota Probolinggo.

#### **F. ACKNOWLEDGMENTS**

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Universitas Panca Marga dan pemerintah kota Probolinggo melalui surat izin rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa



dan Politik kota Probolinggo. Selain itu, tim pelaksana juga mengucapkan terima kasih atas dukungan pihak kecamatan Kedopok dalam memberikan jaminan dan kelancaran kegiatan selama 1 bulan ini.

### G. DAFTAR PUSTAKA

- Barrett, M. (2015). Service innovation in the digital age: Key contributions and future directions. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 39(1), 135–154. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39:1.03>
- Chu, D. K. (2020). Physical distancing, face masks, and eye protection to prevent person-to-person transmission of SARS-CoV-2 and COVID-19: a systematic review and meta-analysis. *The Lancet*, 395(10242), 1973–1987. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)31142-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31142-9)
- Imam Safi'i, A. I. (2021). Pembuatan Masker dan Bilik Disinfektan Sebagai Upaya Membantu Masyarakat Terdampak Covid 19. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 10.
- Kumar, A. (2016). From social to sale: The effects of firm-generated content in social media on customer behavior. *Journal of Marketing*, 80(1), 7–25. <https://doi.org/10.1509/jm.14.0249>
- Mayasiana, N. A. (2020). Pelatihan Pembuatan Kain 3 Lapis Untuk Pencegahan Covid 19. *Majalah Ilmiah "Pelita Ilmu"*, 15.
- Sashi, C. M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. *Management Decision*, 50(2), 253–272. <https://doi.org/10.1108/00251741211203551>
- Sucika Armiani, S. R. (2020). Pelatihan Pembuatan Masker Sebagai Upaya Antisipasi Penyebaran Covid 19 di Desa Anyar Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA: Jurnal Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Kepada Masyarakat*, 6.
- Wang, C. (2020). A longitudinal study on the mental health of general population during the COVID-19 epidemic in China. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87, 40–48. <https://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.04.028>
- Wardiyah Daulay, M. L. (2020). Pemanfaatan Kain Perca Untuk Pembuatan Masker Kain (Main) Anti Virus dalam Rangka Pencegahan Virus Covid 19 Pada Rumah Jahit Sekitaran Medan Johor. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, 9.
- Wiersinga, W. J., Rhodes, A., Cheng, A. C., Peacock, S. J., & Prescott, H. C. (2020). Pathophysiology, Transmission, Diagnosis, and Treatment of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): A Review. *JAMA - Journal of the American Medical Association*, 324(8), 782–793. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.12839>
- Zhong, B. L. (2020). Knowledge, attitudes, and practices towards COVID-19 among chinese residents during the rapid rise period of the COVID-19 outbreak: A quick online cross-sectional survey. *International Journal of Biological Sciences*, 16(10), 1745–1752. <https://doi.org/10.7150/ijbs.45221>