

## **STRATEGI PEMASARAN PENJAHIT PAKAIAN DI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PENGEMBANGAN KEGIATAN EKONOMI KREATIF**

**Zaida Amelia<sup>1</sup>, Lola Malihah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Darussalam Martapura

[zaidaamelia88@gmail.com](mailto:zaidaamelia88@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This research aims to find out the strategy carried out by one of the Small and Medium Enterprises (MSMEs) in increasing income during the Covid-19 pandemic, by developing the creative economy. This research is field research with a qualitative approach, by conducting a discussion to the research subject and reviewing various related theories as reference materials. Various efforts were carried out by MSME actors in increasing income during the pandemic. Of course, innovation and creativity are needed, in order to bring up something new that is considered interesting. With this strategy, it can help business actors in developing their business. In today's digital era, it can be used to make it easier to promote a product either through social media such as WhatsApp, Facebook, or others.*

**Keywords:** MSMEs, Creative economy, Strategy, Digital age

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan salah satu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan pendapatan dimasa pandemi covid-19, dengan mengembangkan ekonomi kreatif. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, dengan melakukan wawancara ke subjek penelitian serta mengkaji berbagai teori terkait sebagai bahan referensi. Berbagai upaya dilakukan para pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatan dimasa pandemic. Tentunya sangat diperlukan inovasi dan kreatifitas, agar bisa memunculkan sesuatu yang baru yang dianggap menarik. Dengan strategi ini, dapat membantu pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Pada era digital saat ini, bisa dimanfaatkan untuk lebih memudahkan dalam mempromosikan suatu produk baik lewat media sosial seperti WhatsApp, Facebook, maupun yang lainnya.

**Kata Kunci :** UMKM, Ekonomi kreatif, Strategi, Era digital

### **PENDAHULUAN**

Kegiatan ekonomi adalah hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Secara umum kegiatan ekonomi terdiri dari produksi, konsumsi dan juga distribusi. Proses berjalannya kegiatan ekonomi ini sangat bergantung pada distem ekonomi yang diterapkan disetiap negara. Indonesia merupakan suatu negara yang dinilai sangat berpotensi dalam hal perekonomian, yang saat ini sudah mulai disorot oleh dunia Internasional. Indonesia di pandang sebagai negara yang mengalami perkembangan ekonomi yang bagus. Selain itu juga, Indonesia termasuk dalam kategori negara yang mengalami pertumbuhan penduduk sangat pesat. Seperti yang dikutip dari (Fauzan Aziz, 2013), bahwa dengan terus berjalannya waktu menimbulkan masyarakat bersifat ketidak puas dalam kebutuhan,

pertambahannya penduduk yang tinggi, perkembangan dalam teknologi maupun informasi, taraf hidup masyarakat yang berubah jadi tinggi serta semakin majunya kebudayaan yang menyebabkan manusia untuk berinovasi dan berkreaitivitas dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

Menurut kementerian Perdagangan, (2007) ada beberapa arah dan fokus pengembangan industri kreatif, yaitu:

- a. Industri kreatif dan budaya
- b. Industri kreatif
- c. Hak cipta (hak kekayaan intelektual)

Awal ekonomi kreatif muncul pada abad ke-21 ini sekarang sangat ramai diperbincangkan apalagi ekonomi kreatif ini sangat berkaitan dengan berbagai hal salah satunya dibidang fashion. Dengan meningkatnya daya fashion masyarakat, bisa menjadi salah satu dorongan untuk individu

dalam mengembangkan ekonomi kreatif agar bisa menambah pendapatan sehari-hari. Guna meningkatkan taraf hidup masyarakat di era digital saat ini dengan memanfaatkan media teknologi dan informasi dalam pengembangannya.

Dengan adanya ekonomi kreatif ini bisa menjadi peluang yang besar bagi para UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) maupun individual untuk bisa meningkatkan pendapatan dari produksinya. Apalagi dengan hadirnya teknologi dan informasi saat ini akan lebih memudahkan dan membantu dalam proses perekonomian yakni dalam ekonomi kreatif.

Kalimantan Selatan salah satu pulau di Indonesia yang identik dengan kain khasnya yaitu Sasirangan. Kain sasirangan salah satu opsi yang bisa dijadikan sebagai peluang dalam mengembangkan ekonomi kreatif karena memiliki ciri khas tersendiri sebagai jati diri orang Kalimantan Selatan. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengangkat tema ekonomi kreatif ini dalam perannya untuk meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM di Cempaka-Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data akurat dengan melalui proses penelusuran, pengkajian secara sistematis dan terstruktur. Metode penelitian juga diartikan sebagai cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu (Sugiyono, 2016). Penelitian ini merupakan penelitian observasi dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif adalah tampilan berupa kata-kata lisan atau tertulis, peristiwa yang terjadi atau benda-benda yang diamati oleh peneliti secara detail, agar dapat

ditangkap dan disimpulkan makna yang tersirat (Arikunto, 2013). Penelitian jenis kualitatif disebut juga penelitian naturalistik, metode fenomenologis, metode impresionistik, dan metode post positivistic (Kasiram, 2008)..

Teknik pengumpulan data penelitian kualitatif dapat diperoleh dengan proses wawancara yang bertujuan untuk mendapat informasi secara langsung, mendalam dan individual (Sunyoto, 2013). Penelitian kualitatif dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang lengkap. Subjek dalam penelitian ini adalah penjahit pakaian dengan nama RUMAH JAHIT LISNA yang beralamat di Cempaka Gunung Banjarbaru. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dikembangkan Rumah Jahit Lisna selama pandemi covid 19.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Cempaka Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan. Kelurahan Cempaka memiliki banyak pelaku UMKM yang tergolong ekonomi kreatif dan menghasilkan berbagai macam produk. Rumah Jahit Lisna merupakan usaha penjahit pakaian yang dikelola oleh ibu Lisnawati. Kegiatan ekonomi kreatif. Ini jika lebih ditekuni para UMKM maka peluang dalam ekonomi kreatif ini bias menaikkan pendapatan masyarakat Cempaka, hanya dengan meningkatkan inovasi dan kreativitas yang lebih lagi untuk menciptakan suatu hal yang bernilai tinggi dengan hanya memakai gagasan. Setelah beberapa lama mulailah usaha beliau berkembang dengan perolehan pendapatan dari Rp.1.000.000-Rp.1.500.000/bulannya. Saat masa pandemi tiba, beliau berinisiatif untuk membuat masker yang mana pada masa pandemi Covid-19 masyarakat memerlukan masker untuk melakukan aktivitas diluar

ruangan. Maka beliau berinovasi untuk membuat masker yang berbeda dengan masker pada umumnya. Beliau menggunakan kain Sasirangan sebagai bahan utama dalam pembuatan masker yang akan menjadi daya tarik tersendiri untuk para konsumen.

Pada akhirnya inisiatif beliau itu pun sukses dan mendapat respon yang baik dari para konsumen. Produksi masker dari kain sasirangan beliau pun sukses di distribusikan ke berbagai wilayah yang ada di Kalimantan Selatan maupun diluar dari Kalimantan Selatan dengan bantuan Media Teknologi dan Informasi saat ini yaitu Internet. Beliau memanfaatkan internet sebagai penunjang beliau dalam memasarkan produk yang beliau produksi. Dengan media whatsapp dan Facebook ini dapat membantu beliau dalam pemasaran hasil produksi beliau. Sehingga, dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Dengan inovasi dan kreativitas beliau dalam membuat masker dari kain Sasirangan ini beliau mendapatkan penghargaan dalam lomba "Festival Masker Kreatif" Sebagai juara III pada tahun 2020. Setelah produk masker kain Sasirangan beliau ini berkembang maka banyak pejabat-pejabat yang langsung berkunjung ke "Rumah Jahit Lisna" Ini untuk melihat langsung pembuatan dari masker kain Sasirangan ini, beliau dapat memperoleh keuntungan dari penjualan masker ini bisa mencapai Rp. 500.000/harinya.

Setelah setahun lamanya beliau kembali meluapkan imajinasi dan inovasi beliau dengan keahlian menjahit beliau untuk membuat tas dari kain Sasirangan dan mendapat respon yang baik pula bagi para konsumen. Selain dari jasa jahit, membuat masker kain Sasirangan dan tas Sasirangan beliau juga memiliki kreativitas dalam membuat aksesoris yang cantik dari kain Sasirangan.

Dari sini kita dapat melihat bahwa peran ekonomi kreatif itu sangat menguntungkan bagi UMKM maupun individual untuk menunjang pendapatan hanya dengan berinovasi dan kreativitas untuk membuat suatu produk maupun jasa agar bernilai tinggi. Apalagi di wilayah Cempaka ini banyak sekali objek yang bisa menjadi peluang dalam menerapkan ekonomi kreatif untuk dijadikan sebagai ladang agar bisa menunjang pendapatan masyarakat, seperti kerajinan dari batu-batu yang unik, adanya kampung pendulangan intan, dan lain-lain. Semua objek ini akan bisa menunjang pendapatan warganya dengan memberikan gagasan, inovasi, kreativitas maupun ide dalam mengelola objek tersebut. Apalagi di era digital sekarang, sangat mudah mengakses sesuatu baik dalam mencari informasi maupun menyebarkan informasi. Keadaan ini sangat bisa dimanfaatkan untuk mengasah kreativitas yang dimiliki. Hadirnya media sosial di tengah-tengah masyarakat dapat membantu masyarakat dalam berbagai hal, salah satunya bisa membantu untuk meningkatkan kreativitas. Dengan hadirnya media sosial setiap orang bisa memupuk kreativitasnya karena apa saja ada didalam media sosial, orang bisa memanfaatkannya dengan memuat berbagai macam foto ataupun video.

Dengan adanya situs-situs di internet seseorang bisa menyalurkan ide kreatifnya dengan membuat foto maupun video menarik yang bisa di publikasikan di internet. Adanya youtube juga bisa membantu seseorang dalam membuat konten yang kreatif untuk menarik minat konsumen.

Keadaan ini akan memberi kemudahan untuk siapa saja yang mau berusaha untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Setiap orang bisa memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan taraf

hidupnya. Ekonomi kreatif dan media sosial bisa dijadikan modal untuk mengembangkan gagasan, inovasi, maupun kreativitas seseorang dalam memperoleh sesuatu terutama bisa berperan dalam peningkatan pendapatan seseorang.

## **KESIMPULAN**

Ekonomi kreatif dapat dikembangkan dengan memanfaatkan media sosial dalam meningkatkan potensi dengan menuangkan ide, gagasan, inovasi maupun kreativitas untuk menciptakan suatu produk barang maupun jasa yang bisa bernilai tinggi. “Rumah Jahit Lisna” dengan inisiatif mengembangkan jiwa kreativitas dan inovasi dari kain khas Kalimantan Selatan yaitu Sasirangan rumah jahit ini bisa memperoleh keuntungan yang dapat menunjang pendapatan dalam sehari-hari. Apalagi di era digital sekarang hadirnya media sosial dapat lebih membantu dalam segala hal. Dengan strategi mengembangkan ekonomi kreatif ini, rumah jahit Lisna bisa meningkatkan pendapatan dimasa pandemi covid-19 dibantu dengan media sosial dalam pemasarannya seperti WhatsApp dan Face book.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Departemen Perdagangan. (2017). *Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta.
- Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian*. UIN Maliki Press.
- Malihah, L., Ma'mun, M. Y., Al Mubarak, M. A. R., & Amalia, R. (2021). Analisis SWOT terhadap motivasi penggunaan transaksi non tunai (E money) oleh pelaku UMKM (studi pada pelaku UMKM di sekitar lingkungan Kampus IAI Darussalam Martapura). *Musyarakah*, 1(2), 89–99.
- Nusantara, Cahya. (2017) *Peran Media Sosial untuk Meningkatkan Kreativitas,*

*Jurnal Kewarganegaraan*. 1(2). Desember.

- Purnomo, Aldy, Rochmat. (2016)., *Ekonomi Kreatif*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Reniaty. (2013) *Kreatifitas Organisasi & Inovasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rohani. (2017). *Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Media Bahan Bekas*. *Raudhah*. 5(2). Desember.
- Said, Saefudin, Udin. (2008). *Inovasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- <http://fauzanaziz.wordpress.com/2013/03/12/perkembangan-industri-dan-ekonomi-kreatif-di-indonesia/>