



## PENGEMBANGAN BISNIS BERBASIS DIGITAL TERHADAP UMKM INYIAK SABLON DI KOTA PADANG

Rio Rinaldi<sup>1)</sup>, Romi Isnanda<sup>2)</sup>, Ineng Naini<sup>3)</sup>

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,  
Universitas Bung Hatta

Email: [riorinaldi@bunghatta.ac.id](mailto:riorinaldi@bunghatta.ac.id), [romiisnanda@bunghatta.ac.id](mailto:romiisnanda@bunghatta.ac.id), [inengnaini@bunghatta.ac.id](mailto:inengnaini@bunghatta.ac.id)

### ABSTRAK

Sablon Inyiaik merupakan UMKM di bawah binaan Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang. Inyiaik Sablon merupakan UMKM yang membuka layanan jasa sablon untuk pembuatan kaos, tas, topi, dan souvenir menarik lainnya yang mengedepankan kearifan lokal. Beberapa khas dan daya tarik produk Inyiaik Sablon terlihat dari pemberdayaan istilah-istilah kedaerahan melalui desain kaos dan atribut lainnya. Terkait dengan hal itu, keberadaan perguruan tinggi, dalam hal ini Universitas Bung Hatta, juga dapat berperan dalam mengembangkan unit usaha yang dikelola oleh masyarakat. Melalui program pengabdian kepada masyarakat yang diinisiasi oleh LPPM Universitas Bung Hatta, peran perguruan tinggi terhadap UMKM secara bersama-sama diharapkan dapat membangun perekonomian rakyat. Berdasarkan hal itu, ada dua permasalahan yang diidentifikasi dari mitra. Pertama, pemasaran produk Inyiaik Sablon dan layanan jasa yang dilakukan masih menggunakan sistem manual atau endorse. Upaya ini tidak begitu efektif serta meningkatkan minat konsumen sehingga perlu upaya yang lebih terarah. Salah satu upaya tersebut ialah memanfaatkan layanan Facebook Ads sebagai sarana promosi yang terstruktur dan masif. Dalam sistem itu, pemilik usaha akan dibantu untuk menjangkau para calon konsumen secara lebih luas berdasarkan usia, jenis kelamin, wilayah jangkauan, dan sebagainya. Hal kedua yang dibutuhkan mitra ialah kebutuhan akan mesin curing sablon dan rak-rak kain pasca pengeringan. Alat ini adalah alat yang dapat membantu proses pengeringan tinta sablon, khususnya plastisol. Proses pengeringan dan pematangannya sendiri membutuhkan beberapa waktu dengan cara penyinaran. Mesin curing sablon sebagai solusi pengganti untuk penyinaran langsung matahari, prosesnya juga lebih cepat, hasil pengeringan dan pematangan lebih rata. Hal ini juga mengurangi risiko pecah atau retak hasil sablonan ketika beberapa kali di cuci. Dengan demikian, tentu kualitas produk menjadi semakin meningkat. Berdasarkan hal itu, pemasaran dan produksi Sablon Inyiaik lebih efektif. Dengan menggunakan sistem digitalisasi, target yang dicapai dari kegiatan ini diperoleh laporan berupa *impression*, *traffic*, *lead* dan lain sebagainya. Melalui sistem digitalisasi, akan teridentifikasi peningkatan peminat berdasarkan usia, jenis kelamin, dan jangkauan wilayah. Di samping itu, kualitas produk Inyiaik Sablon, terutama dalam hal sablon plastisol, semakin teruji dan mengurangi resiko pecah atau retak hasil sablonan ketika beberapa kali dicuci.

**Kata Kunci:** *digitalisasi, umkm, sablon, curing, facebook ads*

### ABSTRACT

*Sablon Inyiaik is an UMKM under the guidance of the Department of Tourism and the Department of Industry and Trade of the City of Padang. Inyiaik Sablon is an UMKM that opens screen printing services for the manufacture of t-shirts, bags, hats, and other interesting souvenirs that promote local wisdom. Some of the characteristics and attractiveness of Inyiaik Sablon products can be seen from the empowerment of regional terms through t-shirt designs and other attributes. In this regard, the existence of universities, in this case Bung Hatta University, can also play a role in developing business units managed by the community. Through the community service program initiated by the Bung Hatta University LPPM, the role of universities towards UMKM is jointly expected to be able to build the people's economy. Based on this, two problems were identified from the partners. First, the marketing of Inyiaik Sablon products and services still uses a manual or endorsed system. These efforts are not very effective and increase consumer interest so that more targeted efforts are needed. One of these efforts is to use the Facebook Ads service as a structured and massive promotion tool. In this system, business owners will be assisted to reach potential consumers more broadly based on age, gender, coverage area, and so on. The second thing that partners need is the need for a screen printing curing machine and post-drying fabric shelves. This tool is a tool that can help the process of drying screen printing ink, especially plastisol. The drying and ripening*

*process itself takes some time by means of irradiation. Screen printing curing machine as a replacement solution for direct sunlight, the process is also faster, the drying and ripening results are more even. This also reduces the risk of breaking or cracking the screen prints when washed several times. Thus, of course, the quality of the product will increase. Based on that, the marketing and production of Sablon Inyik is more effective. By using the digitization system, the targets achieved from this activity are obtained in the form of reports in the form of impressions, traffic, leads and so on. Through the digitization system, an increase in enthusiasts will be identified based on age, gender, and area coverage. In addition, the quality of Inyik Sablon products, especially in the case of plastisol screen printing, is increasingly tested and reduces the risk of breaking or cracking when the screen prints are washed several times.*

**Keywords:** digitization, UMKM, screen printing, curing, facebook ads

## PENDAHULUAN

Dunia bisnis adalah salah satu bidang kehidupan manusia yang perubahannya sangat cepat dan dinamis. Jika dahulu kala kegiatan bisnis dilakukan dari pintu ke pintu, orang berjualan di pasar, membuka lapak di toko, menawarkan secara tatap muka, atau cara konvensional lain, saat ini, pelaku usaha sangat terbantu untuk melakukan pemasaran produknya melalui elektronik dan terdeteksi secara daring. Hal itu seiring dengan keberadaan era industri 4.0 dan era society 5.0. Segala aspek kehidupan juga harus mengikutinya tanpa kecuali dunia bisnis [1]. Demikian juga dengan Sablon Inyik. Sablon Inyik merupakan UMKM di bawah binaan Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang. UMKM ini membuka layanan jasa sablon untuk pembuatan kaos, tas, topi, dan souvenir menarik lainnya yang mengedepankan kearifan lokal. Beberapa khas dan daya tarik produk Inyik Sablon terlihat dari pemberdayaan istilah-istilah kedaerahan melalui desain kaos dan atribut lainnya. Perhatian dan kontribusi Pemerintah Kota Padang terhadap UMKM Inyik Sablon ini juga tampak dari saluran bantuan dana guna pengadaan peralatan yang dibutuhkan oleh setiap UMKM di Kota Padang.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 merupakan salah satu peraturan yang di dalamnya mengatur mengenai UMKM secara terperinci. UMKM berperan dalam membangun perekonomian nasional yang berasaskan pada demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri [2]. Diperlukan kerja sama antarsektor untuk membangun kembali perekonomian masyarakat yang menurun drastis karena pandemi Covid-19. Kenyataannya, telah banyak kegiatan usaha masyarakat yang harus mem-PHK-kan karyawan bahkan ditutup karena tidak mampu lagi membiayai proses operasional atau produksi. Menurut Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia, lebih dari 6,4 juta pegawai/tenaga kerja yang terkena pemutusan hubungan kerja atau PHK[3]. Ditambah lagi, minat masyarakat akan kebutuhan primer dan sekunder sangat selektif. Akibatnya, banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan, seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun, dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buruh yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional [4].

Berdasarkan informasi yang diterima dari Syafi Antoni Z, pemilik Inyik Sablon, setidaknya Pemerintah Kota Padang telah pernah menyalurkan bantuan untuk membeli alat cetak sablon dan bahan baku sablon, seperti tinta. Perhatian dan dukungan itu juga tampak dari beberapa jurnalis di Sumatra Barat, baik cetak maupun daring, misalnya Haluan, Singgalang, Padang Ekspres, antaranews.com, topsatu.com, prokabar.com, kumparan.com, klikpositif.com, dan sebagainya yang mempublikasikan usaha Inyik Sablon agar masyarakat mengetahui keberadaan produk UMKM ini. Terkait dengan hal itu, keberadaan perguruan tinggi, dalam hal ini Universitas Bung Hatta, juga dapat berperan dalam mengembangkan unit usaha yang dikelola oleh masyarakat. Melalui program pengabdian kepada masyarakat yang diinisiasi oleh LPPM Universitas Bung Hatta, peran perguruan tinggi terhadap UMKM secara bersama-sama diharapkan dapat membangun perekonomian rakyat. Tentu, dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah[5]. Artinya, peran perguruan tinggi juga dapat menunjukkan eksistensinya. Apalagi, di tengah pandemi Covid-19 yang masih mewabah hingga saat ini, yang sampai sekarang masih terus meluas penyebaran dan penularannya sehingga berujung

mengakibatkan krisis ekonomi di negeri ini. Usaha yang sesuai dengan era pandemi Covid-19 saat ini, yaitu digitalisasi UMKM sebagai solusi untuk tetap mempertahankan jalannya usaha UMKM. Digitalisasi UMKM yang beralih ke pola penjualan secara online melalui *marketplace* menjadi suatu pemecahan masalah bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk bertahan tetap hidup dan membantu perekonomian Indonesia pada era pandemi Covid-19 saat ini. Digitalisasi UMKM telah menjadi sesuatu hal yang sudah tidak dapat dielakkan lagi sekaligus menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM yang jumlahnya sangat besar di Indonesia[6].

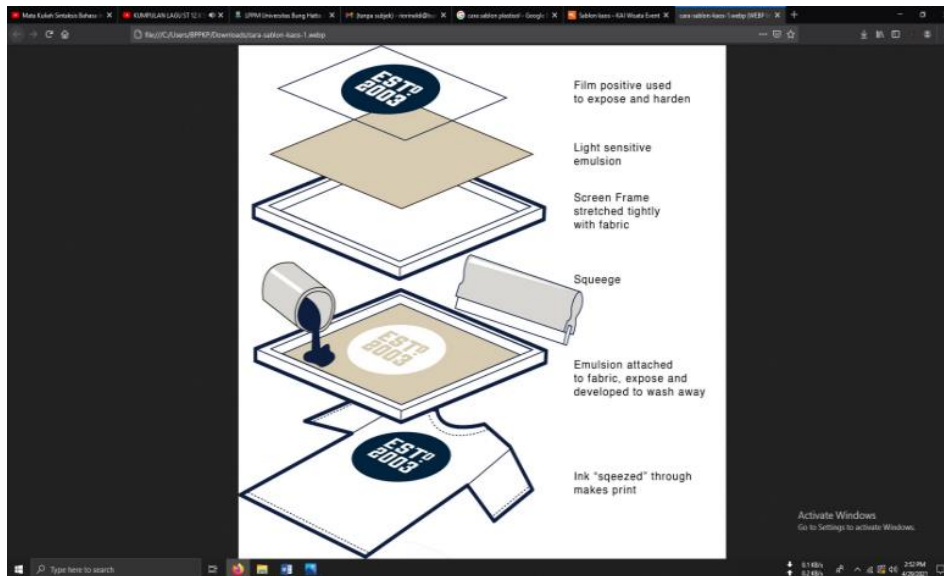
Berdasarkan hal itu, ada dua permasalahan yang diidentifikasi dari mitra. *Pertama*, pemasaran produk Inyik Sablon dan layanan jasa yang dilakukan masih menggunakan sistem manual atau endorse. Upaya ini tidak begitu efektif serta meningkatkan minat konsumen sehingga perlu upaya yang lebih terarah. Hal ini sejalan dengan pendapat Andriani bahwa strategi pemasaran diperlukan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. Variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah strategi produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas, dan sarana atau atribut perusahaan[7]. *Salah satu upaya tersebut ialah* memanfaatkan layanan Facebook Ads sebagai sarana promosi yang terstruktur dan masif. Dalam sistem itu, pemilik usaha akan dibantu untuk menjangkau para calon konsumen secara lebih luas berdasarkan usia, jenis kelamin, wilayah jangkauan, dan sebagainya. *Hal kedua* yang dibutuhkan mitra ialah kebutuhan akan mesin curing sablon dan rak-rak kain pasca pengeringan. Alat ini adalah alat yang dapat membantu proses pengeringan tinta sablon, khususnya plastisol. Proses pengeringan dan pematangannya sendiri membutuhkan beberapa waktu dengan cara penyinaran. Mesin curing sablon sebagai solusi pengganti untuk penyinaran langsung matahari, prosesnya juga lebih cepat, hasil pengeringan dan pematangan lebih rata. Hal ini juga mengurangi risiko pecah atau retak hasil sablonan ketika beberapa kali di cuci. Dengan demikian, tentu kualitas produk menjadi semakin meningkat. Berdasarkan hal itu, *pemasaran dan produksi* Sablon Inyik lebih efektif. Dengan menggunakan sistem digitalisasi, target yang dicapai dari kegiatan ini diperoleh laporan berupa *impression, traffic, lead* dan lain sebagainya. Melalui sistem digitalisasi, akan teridentifikasi peningkatan peminat berdasarkan usia, jenis kelamin, dan jangkauan wilayah. Di samping itu, kualitas produk Inyik Sablon, terutama dalam hal sablon plastisol, semakin teruji dan mengurangi resiko pecah atau retak hasil sablonan ketika beberapa kali dicuci.

## **METODE**

Dari sekian UMKM yang eksis di Kota Padang, Inyik Sablon dinilai memiliki desain yang khas atau bersifat setempat dari produk yang dihasilkan. UMKM ini telah mendapatkan perhatian Pemerintah Kota Padang, baik dalam bentuk moril maupun materil. UMKM ini layak untuk difasilitasi karena telah melakukan produksi sejak berdiri di tahun 2014. Ketersediaan dana yang dianggarkan oleh Universitas Bung Hatta untuk pelaksanaan PKM ini terakomodasi untuk optimalisasi produksi dan pemasaran secara digital. Inyik Sablon juga sudah cukup mumpuni sehingga dengan dana hibah PKM Internal yang tersedia dari Universitas Bung Hatta melengkapi kekurangan navigasi kerja dari Inyik Sablon. Di samping itu, hal penting yang belum pernah didapatkan pemilik UMKM ini adalah pelatihan pemasaran dengan sistem digitalisasi melalui layanan Facebook Ads. Proses produksi yang masih perlu ditingkatkan ialah pengeringan hasil sablon dan penambahan navigasi kerja. Melalui sistem curing, diharapkan kualitas sablon menjadi semakin meningkat dan setara dengan produksi sablon di tempat lainnya di Pulau Jawa.

### **1. Permasalahan dalam Bidang Produksi.**

Pada dasarnya, cara sablon tinta sablon dan tinta plastisol adalah sama saja, yang membedakan hanya tinta yang dipakai dan finishingnya saja. Tinta ruber adalah tinta sablon berbasis air (water based), sedangkan tinta plastisol adalah tinta sablon berbasis minyak (oil based). Berikut ini langkah-langkah sablon kaos manual menggunakan tinta plastisol:



Gambar 1. Langkah-langkah sablon kaos manual menggunakan tinta plastisol

- a) Langkah yang pertama adalah oleskan emulsi film pada permukaan screen. Anda bisa menggunakan spatula atau sendok plastik yang tipis untuk meratakan emulsi film ke seluruh permukaan screen. Pastikan ada bagian screen yang tidak terlapisi emulsi film kira-kira selebar 1-2 inch dari frame. Untuk mengoleskan emulsi film ini, harus dilakukan di ruang gelap.
- b) Gunakan squeegee untuk meratakan emulsi film di permukaan screen agar ketebalannya sama dan seragam. Biarkan beberapa menit hingga emulsi film mengering. Print gambar desain yang akan disablon. Desain yang diprint harus hitam putih, resolusi gambar dibuat sebaik mungkin.
- c) Desain yang telah diprint letakkan pada screen yang telah diolesi emulsi film dan telah kering. Pastikan kertas desain melekat rata tidak menggelembung, tidak berkerut dan tidak terlipat karena akan mempengaruhi hasil desain yang dibuat filmnya pada screen. Timpa kertas desain yang menempel pada screen dengan busa dan pemberat yang rata.
- d) Tutup screen, busa dan pemberat dengan plastik sampah warna hitam. Karena dengan menggunakan plastik sampah mempermudah dalam membersihkan tempat kerja karena emulsi film yang berceceran di plastik sampah tinggal dibuang saja sehingga tidak mengotori tempat kerja.
- e) Nyalakan lampu UV atau lampu neon dan biarkan menyala sekitar 10 menit.
- f) Cuci screen yang telah dipanasi dengan hati-hati. Pada saat membersihkan bagian yang bukan gambar desain emulsi filmnya tetap melekat, sedangkan bagian gambar desain emulsi filmnya akan rontok, di bagian inilah tinta plastisol akan masuk ke kaos. Setelah dicuci, biarkan screen kering.
- g) Tutup bagian-bagian berlubang yang tinta tidak diperbolehkan keluar ke kaos, terutama bagian yang dekat dengan frame yang memang tidak dilapisi emulsi film. Untuk menutup screen ini, gunakan tape yang biasa digunakan untuk mengecat.
- h) Kunci screen ada meja sablon. Letakkan kaos pada meja sablon. Pastikan kaos dalam kondisi rata dan cukup kekencangannya, kaos jangan sampai terlipat dan ada tonjolan atau bergelombang karena hal ini bisa mempengaruhi kualitas hasil sablon. Turunkan Screen. Keluarkan tinta plastisol ke screen sepanjang desain yang akan dicetak. Aduk dan padatkan tinta plastisol diatas screen, sepanjang desain.
- i) Tarik tinta plastisol sepanjang screen menggunakan squeegee. Berikan tekanan secukupnya agar tinta yang keluar dan melekat pada kaos sesuai dengan desain yang diinginkan.
- j) Setelah proses sablon selesai khusus tinta plastisol memerlukan pemanasan agar tintanya kering. Panas yang diperlukan sekitar 17°C, dengan menggunakan pemanas khusus, seperti flash dryer atau hotgun.

## 2. Permasalahan dalam bidang pemasaran.

Dalam hal pemasaran, tim akan meminta satu operator untuk mendistribusikan iklan di Facebook Ads. Adapun langkah-langkah pelaksanaannya sebagai berikut ini.

- 1) Buka Facebook Ads
- 2) Pilih Pembuatan Iklan Terpadu
- 3) Tentukan Tujuan Iklan
- 4) Klik Tujuan Iklan Anda
- 5) Pilih Jenis Iklan Facebook
- 6) Tuliskan nama iklan dan pilih tujuan traffic
- 7) Tampilkan promo
- 8) Tentukan target audience
- 9) Tentukan penempatan
- 10) Pilih jadwal
- 11) Pilih format iklan
- 12) Buat teks
- 13) Pilih Gambar, Tulis Judul, Masukkan Tautan (Web/Instagram/Facebook)
- 14) Bayar Iklan



Gambar 2. Desain flyer untuk pemasaran di Facebook Ads

## 3. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program terletak pada produksi kaos dengan desain khusus plastisol. Mitra secara langsung mengendalikan alat-alat hingga selesainya proses produksi. Proses produksi juga didokumentasikan berupa video sehingga tercipta Video proses produksi kaos plastisol.

## 4. Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan.

Dalam pelaksanaan program, Tim PKM Universitas Bung Hatta akan mengevaluasi perkembangan program facebook ads untuk peningkatan pemasaran produk Inyik Sablon. Mitra melaporkan hasil pemasaran, mulai dari tahap pertama hingga kedua. Mitra juga menunjukkan hasil produksi dan video proses pembuatan sablon plastisol dengan menggunakan alat Curing Sablon Flash Slide Portable 1800 watt. Tim secara berkala akan menerima laporan perkembangan usaha dari mitra setelah dilaksanakan PKM. Tim juga akan memonitor konsistensi penggunaan alat yang telah diserahkan kepada mitra.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengembangan bisnis berbasis digital terhadap UMKM Inyik Sablon telah selesai dilaksanakan. Adapun proses kegiatan yang telah dilaksanakan dijelaskan pada tahapan berikut ini.



### 1. Tahap Survei Kebutuhan Mitra dan Pengadaan

Dalam tahap survei, mitra menjelaskan bahwa kualitas Sablon Inyik, terutama dengan desain plastisol, masih membutuhkan peralatan pendukung yang dapat meningkatkan kualitas terbaik. Peralatan itu ialah Flash Curing Auto 1800 Watt. Alat itu dapat mendukung peningkatan kualitas hasil sablon. Alat itu dapat membantu proses pengeringan tinta sablon khususnya plastisol. Proses pengeringan dan pematangannya sendiri membutuhkan beberapa waktu antara 30 hingga 1 menit dengan cara penyinaran. Mesin curing sablon merupakan alternatif selain dari penggunaan hotguns. Hal ini dapat mengurangi resiko pecah atau retak hasil sablonan ketika beberapa kali dicuci. Hasil curing itu kemudian disusun ke Rak Screen Single (20 Tatakan) 40x60. Di samping itu, Sablon Inyik memerlukan sarana pemasaran produk, seperti Facebook Ads sebagai layanan iklan untuk mempertahankan dan meningkatkan motivasi peminat terhadap produk Inyik Sablon. Perlu dilakukan penyebaran informasi iklan layanan jasa Inyik Sablon berbasis media sosial. Ketika masyarakat yang dituju membuka Facebook, potensi munculnya iklan Inyik Sablon sangat besar muncul di laman beranda pengguna sehingga dapat diklik untuk melakukan pemesanan.



Gambar 3. Survei Kebutuhan Mitra dan Pengadaan



Gambar 4. Pengadaan Kebutuhan Mitra

### 2. Pembekalan dan Sosialisasi Pemasaran melalui Facebook Ads

Pembekalan dan sosialisasi pemasaran produk Sablon Inyik melalui Facebook Ads perlu dilakukan sehingga dengan pengalaman yang telah dialami bersama tim PKM Universitas Bung Hatta, mitra dapat melanjutkan proses ini untuk waktu selanjutnya. Pertama, tim menjelaskan pentingnya melakukan pemasaran di media sosial, mengingat di era revolusi industry 4.0, semua orang hampir menggunakan media sosial. Kedua, tim menjelaskan perihal desain flyer untuk dipublikasikan ke media sosial sebagai sarana iklan. Setelah badan iklan selesai, baik flyer maupun captionnya, tim menjelaskan teknis pemasangan iklan di Facebook Ads kepada mitra. Mitra dipandu untuk mengisikan sendiri data-data

yang tersedia di menu Facebook Ads.



Gambar 5. Pembekalan dan Sosialisasi Pemasaran melalui Facebook Ads

### 3. Mendaftarkan iklan di Facebook Ads Tahap I

Setelah mitra memahami teknis pelaksanaan pemasaran dan operasional menggunakan Facebook Ads, tim bersama mitra melakukan registrasi akun dan mulai memasukkan biaya sebagai saldo iklan. Saldo iklan dimasukkan ke rekening yang memang khusus dibuka untuk transaksi iklan. Setelah saldo diisi, proses iklan mulai berjalan sebagaimana mestinya. Pada tahap I, iklan yang dimuat pada bulan Juni langsung direspon oleh calon konsumen dengan menanyakan seputar produk Sablon Inyik melalui Whatsapp.

### 4. Evaluasi Perkembangan Iklan Tahap I

Berdasarkan hasil publikasi sejak bulan Juni hingga bulan Juli terjadi peningkatan peminat antara 5-10 orang perbulan yang ingin memesan produk Sablon Inyik. Meskipun tidak melonjak begitu tinggi, hasil ini menunjukkan bahwa upaya pemasaran terhadap Sablon Inyik cukup signifikan dibandingkan dengan yang sebelumnya tanpa pemasaran. Biasanya, berdasarkan keterangan mitra melalui wawancara, rata-rata peminta antara 2—4 pemesan dalam sebulan dengan permintaan yang bervariasi, seperti kaos, tas, sticker, dan sebagainya. Dengan dilengkapi alat curing, nilai jual Sablon Inyik menjadi lebih unggul karena sebelumnya hanya mengandalkan pengeringan secara manual saja.

### 5. Pemasangan Iklan Tahap II

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi pemasaran tahap I, tim dan mitra secara bersama-sama mendiskusikan hal-hal yang menjadi catatan penting, misalnya konten yang dikreasikan lebih menarik lagi, batas usia yang diperluas, tidak hanya usia 17—22 tahun, tetapi juga 22 tahun hingga 50 tahun. Pemasangan iklan ini kemudian menunjukkan peminat yang cukup signifikan peningkatannya. Pada tahap II, karena konten didesain lebih menarik, keunggulan produk dijelaskan pada caption, serta luasnya jangkauan sasaran, peminat yang berinteraksi dengan mitra menjadi meningkat hingga 10 pemesan dalam 1 bulan.

### 6. Evaluasi Perkembangan Iklan Tahap II

Hasil publikasi dan pemasaran pada tahap II mengindikasikan bahwa Facebook Ads cukup ampuh untuk menjangkau konsumen dari berbagai usia, wilayah dan gender. Pemesan terdiri atas instansi pemerintah, swasta, komunitas, dan pasangan.



Gambar 6. Evaluasi Perkembangan Produksi dan Pemasaran

## KESIMPULAN DAN SARAN

Sablon Inyik telah berdiri sebagai UMKM yang memiliki peralatan dan modal pengalaman dalam pemasaran yang berbasis digital. Keberadaan perguruan tinggi, dalam hal ini Universitas Bung Hatta, telah berperan dalam mengembangkan unit usaha yang dikelola oleh masyarakat. Melalui program pengabdian kepada masyarakat, diharapkan peran perguruan tinggi terhadap UMKM secara bersama-sama membangun perekonomian rakyat. Kini, Inyik Sablon telah memiliki peralatan pengeringan sablon plastisol dan bisa mempromosikan produknya melalui Facebook Ads dengan membuka layanan jasa sablon untuk pembuatan kaos, tas, topi, dan souvenir menarik lainnya yang mengedepankan kearifan lokal yang dipublikasikan melalui aplikasi Facebook Ads. Di samping itu, beberapa khas dan daya tarik produk Inyik Sablon terlihat dari pemberdayaan istilah-istilah kedaerahan melalui desain kaos dan atribut lainnya, serta yang tidak kalah pentingnya adalah produk Sablon Inyik telah dilengkapi dengan Curing 1800 Watt yang mampu membantu proses pengeringan hasil sablon sehingga dapat diproduksi dalam waktu yang relatif cepat. Mitra juga terbantu dengan rak hasil sablon sehingga produk yang telah disablon dan di-curing dapat disusun menjelang proses packing dikerjakan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM Universitas Bung Hatta yang telah memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Pendanaan Internal tahun 2021, baik dari segi pendanaan maupun dukungan secara administratif. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada tim PKM, Sdr. Romi Isnanda, S.Pd., M. Pd. dan Dr. Ineng Naini, M. Pd., yang telah memberi semangat, arahan, serta pemikiran-pemikiran yang bernas melalui diskusi ketika menyelesaikan PKM ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arrizal, N. Z dan S Syofyantoro. 2020. Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Jurnal Birokrasi Pancasila*. 2 (1): 39-48
- [2] Damayanti, N. N. S.R. 2021. Menjaga Eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonika*. (6) 1:130-140



- [3] Alfin, A. 2021. Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*. (1) 8: 1543-1552
- [4] Arianto, B. 2020. Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Atrabis*. (6) 2: 233-247
- [5] Anggraeni, F. D, dkk. 2017. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. (1) 6:1286—1295.
- [6] Wijoyo, H. dan Widiyanti. 2020. Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Pandemi Covid-19. Prosiding Seminar Nasional Kahuripan I Tahun 2020. ISBN 978-602-60606-3-1
- [7] Andriani, Yayan. 2021. Perkembangan Inovasi Produk Terhadap Kegiatan Pemasaran dalam Ruang Lingkup Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal IRIS*. (1) 1: 1-7