

# Perubahan Penjualan Produk *Home Industri Garment* dalam Menghadapi Pandemi Covid-19

Misbahul Munir  Ahmad Bahtiar  dan Dwi Setiowati 

<sup>a</sup>Pendidikan Bahasa Universitas Negeri Jakarta,

<sup>b</sup>Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,

<sup>c</sup>Fakultas Kesehatan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

## ABSTRAK

Industri garmen sebelum pandemi melanda Indonesia memproduksi pelbagai macam pakaian, mulai dari baju, celana, dan pakaian lainnya. Akan tetapi, saat pandemi melanda Indonesia, kebutuhan akan barang tersebut menurun. Menurunnya pesanan membuat industri garmen rumahan mengalami kerugian yang cukup besar. Dampak dari kerugian yang cukup besar yaitu pengurangan karyawan, hingga tutupnya industri garmen rumahan. Tulisan ini berupaya menyampaikan hasil pengabdian di masyarakat terhadap industri garmen rumahan yang terkena dampak pandemi covid-19. Pembina dalam hal ini melakukan upaya pelatihan pembuatan masker untuk meminimalisasi kerugian selama pandemi covid-19. Pembuatan masker dipilih karena tingginya kebutuhan dan permintaan masyarakat untuk produk ini. Bahan pembuatan masker pun dari bahan sisa produk pakaian yang halus, tebal, dan berlapis. Pembuatan masker yang tebal dan harga yang terjangkau dapat membantu industri garmen rumahan dalam menghadapi pandemi covid-19. Industri garmen yang dipilih yaitu Nur Garment yang merupakan pecahan dari PT Rider yang ada di Semanan, Kalideres. Pemberian pelatihan berupa praktik tindakan langsung dengan contoh yang sudah ada. Perubahan penjualan produk dari pakaian menjadi produk masker membuat industri rumahan ini dapat bertahan dalam menghadapi pandemi covid-19.

## INFORMASI ARTIKEL

Diterima 15 Juli 2020

Dipublikasi 30 September 2020

## KATA KUNCI

Strategi Menghadapi Pandemi, Kebutuhan Produk, Industri Garmen.

## 1. Pendahuluan

Industri garmen menjadi salah satu industri yang banyak diminati oleh pengusaha yang ada di Indonesia hal ini dibuktikan dari data Kemenprin di Indonesia setidaknya ada 323 industri garmen di Indonesia (Kemenperin, 2020). Salah satu penyebabnya adalah produksi yang mudah dan penjualannya yang cepat. Akan tetapi, awal tahun 2020 fenomena pandemi mulai masuk ke Indonesia dan mengubah sistem perekonomian dan berdampak pada sektor industri garmen (Putro, 2017). Produksi yang terus dilakukan, tetapi penjualan yang tidak meningkat berdampak pada kerugian industri garmen rumahan (Sujanto, 2016).



Salah satu industri garmen rumahan yang ada di Semanan Kalideres adalah Nur Garmen. Sebelum pandemi melanda Indonesia, Nur Garmen memproduksi baju anak, celana anak, baju dewasa, celana dewasa, guling, dan juga bantal. Setiap bulan, Nur selaku pemilik mendapatkan omzet per bulan Rp8.000.000,00 untuk keuntungan bersih dari setiap produk yang dijual. Jumlah pekerja yang diperjakan di tempatnya berjumlah empat orang dan sistem pemasaran melalui pasar tradisional dan pasar dadakan. Akan tetapi, di awal pemerintah menerapkan PSBB, omset Nur menurun drastis menjadi Rp1.800.000,00 per bulannya. Hal ini tentu saja berdampak pada tidak tercukupinya kebutuhan keluarga Nur yang saat ini memiliki tiga orang anak.

Kebiasaan industri garmen ini pun berubah dari kebiasaan produksi setiap harinya. Tidak adanya orderan yang masuk membuat Nur selaku pemilik pun beralih profesi menjadi peternak ikan. Akan tetapi, beternak ikan tidak seperti memproduksi pakaian sebelum pandemi melanda. Dari hasil beternak cupang, Nur hanya mendapatkan penghasilan per bulan Rp500.000,00. Rendahnya pendapatan yang didapatkan karena sekolah yang biasanya melakukan tatap muka harus diliburkan. Tentu saja perubahan sistem pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan Nur.

Awal Maret 2020, Nur mulai memasarkan produknya kembali berupa pakaian dan celana. Akan tetapi, saat ini produksi baju dibuat olehnya sendiri bersama istrinya di rumah. Dampak rendahnya penjualan membuatnya tidak mampu membayar upah pekerja yang bekerja di tempatnya. Sistem pemasaran yang digunakan oleh Nur yaitu melalui pasar dadakan yang biasanya ada malam hari atau pasar pagi hari. Namun, sistem pemasaran yang dilakukan olehnya belum membuahkan hasil. Penjualan produk berupa pakaian anak dan dewasa tidak stabil seperti sebelum pandemi melanda.

Pembina melihat adanya peluang berupa potensi yang dimiliki oleh Nur, menawarkan untuk mengadakan pelatihan pembuatan masker yang saat ini mulai langka. Masker dipilih sebagai materi pelatihan dikarenakan tingginya kebutuhan akan produk masker dan harganya yang relatif mahal. Harga yang mahal inilah membuat pembina perlu melakukan pelatihan untuk membuat masker yang ekonomis dan tetap aman untuk digunakan.

Masker menjadi produk yang paling banyak dibeli saat pandemi mulai melanda Indonesia selain *hand sanitaizer* (Wang, 2020). Akan tetapi, harga masker yang ada di pasaran tergolong tidak ekonomis dikarenakan harganya yang sangat mahal. Harga masker dapat mencapai angka Rp600.000,00 dan membuat pembeli tidak berani membeli dengan dasar harganya yang sangat mahal. Pembina melihat tingginya harga masker sebagai peluang industri rumahan untuk mengembangkan potensi yang mereka miliki. Salah satunya adalah Industri garmen rumahan milik Nur.

Cara memasarkan masker yang mudah dan kebutuhan tinggi membuat pembina optimis bahwa industri rumahan milik Nur dapat kembali aktif seperti sebelum pandemi melanda. Masker yang dibuat oleh Nur nantinya akan dijual dipasaran dengan harga yang terjangkau dan dipasarkan juga melalui sistem daring seperti Tokopedia, Shopee, dan tempat penjualan daring lainnya (Sarastuti, 2017). Bahan utama produksi masker rumahan milik Nur yaitu bahan sisa potongan baju yang dilapisi dengan bahan khusus dari katun berlapis, sehingga aman untuk digunakan.

Tujuan penulisan artikel ini untuk menyampaikan bahwa pentingnya melakukan analisis kebutuhan pasar yang kemudian berdampak pada tindakan yang dilakukan. Pelaku industri garmen rumahan tidak seperti PT Rider atau PT Polo yang sudah memiliki konsultan dan penasihat. Industri garmen rumahan cenderung tidak berani mengembangkan potensi yang dimiliki dengan memproduksi suatu produk baru. Hal ini dikarenakan risiko yang mereka khawatirkan, yaitu penjualan produk yang tidak laku terjual berdampak pada kerugian mereka.

Dalam hal ini Pembina melakukan sosialisasi awal tentang analisis kebutuhan yang saat ini dibutuhkan oleh masyarakat di Indonesia dan di dunia. Kemudian, pembina meyakini memberikan edukasi kepada pelaku usaha industri garmen rumahan berupa pentingnya melakukan inovasi dan berkreasi demi menghadapi pandemi. Selain itu, Pembina menyampaikan bahwa masker merupakan suatu produk yang dapat dibuat dengan biaya yang relatif rendah pengerjaan yang cepat, dan tingginya kebutuhan yang membuat pelaku usaha industri garmen rumahan dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya.

Artikel ini akan memaparkan hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di industri garmen rumahan dengan tujuan memulihkan perekonomian pelaku usaha garmen seperti sebelum pandemi melanda. Kemudian, dalam artikel ini akan dipaparkan bagaimana upaya transisi produk dapat berdampak pada pemulihan perekonomian pelaku usaha industri garmen rumahan.

## 2. Metode dan Pendekatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melalui beberapa tahapan, di antaranya berupa survei, wawancara, pengedukasian, perizinan, pelatihan, dan pemasaran produk (Sugiyono, 2015). Survei dilakukan tanggal 11 Juli 2020 dengan agenda menyurvei lokasi industri garmen rumahan yang ada di wilayah Semanan, Jakarta Barat. Beberapa tempat yang disurvei, yaitu: garmen milik Nur, Milik Bu Wati, Milik Bu Anwar. Akan tetapi, Pembina memilih industri garmen rumahan milik Nur dengan alasan sudah berpengalaman dan memulai usahanya kurang lebih 8 tahun. Kemudian, industri garmen rumahan milik Nur merupakan industri rumahan dengan pendapatan terbesar. Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah tindakan langsung di mana Pembina dapat berpartisipasi dan turut serta di lapangan. Pendekatan pengabdian ini dengan melakukan survei terlebih dahulu untuk menemukan masalah dan pemecahan masalah yang dihadapi.



Sumber: diolah sendiri

Gambar 1. Tahapan Survei

Wawancara dilakukan bersamaan dengan survei yang pembina lakukan. Kemudian, tahap selanjutnya yang dilakukan yaitu pengedukasian pada tanggal 18 Juli 2020 dengan agenda memberikan informasi tentang pentingnya penggunaan masker dan pembuatan masker yang aman dalam meminimalisasi penyebaran virus corona. Setelah mendapatkan izin, barulah pembina melakukan pelatihan dan memberikan informasi bagaimana caranya memasarkan produk yang paling efektif di tengah pandemi seperti saat ini. Pelatihan dilakukan tanggal 25 Juli 2020 dengan praktik langsung cara pembuatan masker dengan bahan dasar kain katun sisa produksi pakaian. Kemudian, pembina memberikan cara pembuatan akun pembelanjaan *daring* untuk menjangkau wilayah yang jauh.

## 3. Hasil dan Pembahasan

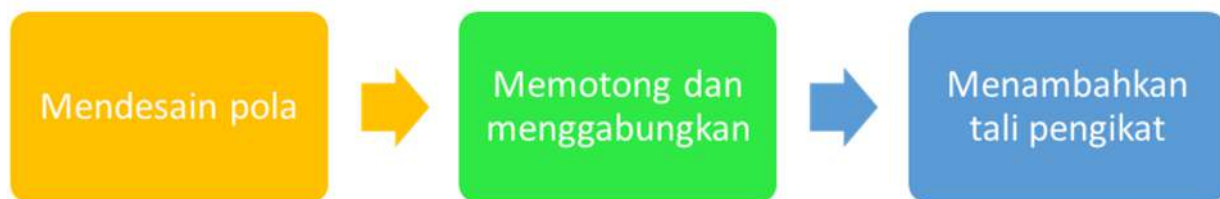
Pembina memberikan pelatihan pembuatan masker menggunakan bahan katun sisa produksi. Pengukuran masker dilakukan menggunakan masker produksi tempat lain. Tujuannya tentu saja untuk menyesuaikan ukuran yang sesuai di masyarakat. Dalam mengikuti pelatihan pembuatan masker, Nur hanya dibantu oleh istrinya. Jumlah mesin yang tersedia di rumahnya ada empat buah mesin. Sebelumnya mesin-mesin ini digunakan untuk memproduksi pakaian.



Sumber: dokumentasi pribadi

Gambar 2. Produksi

Pembina memberikan pelatihan kepada Nur dengan cara mempraktikkan pembuatannya secara langsung dan memberikan contoh masker yang sudah jadi. Awal pembuatan, Nur mampu membuat masker dalam waktu 1 jam untuk satu masker dari tahap awal pembentukan pola, desain, pemotongan, menempelkan dengan kain lainnya, dan terakhir tentu saja memasang tali pengikat.



Gambar 3. Tahapan disain



Sumber: Dokumentasi Hasil

Gambar 4. Hasil Produksi

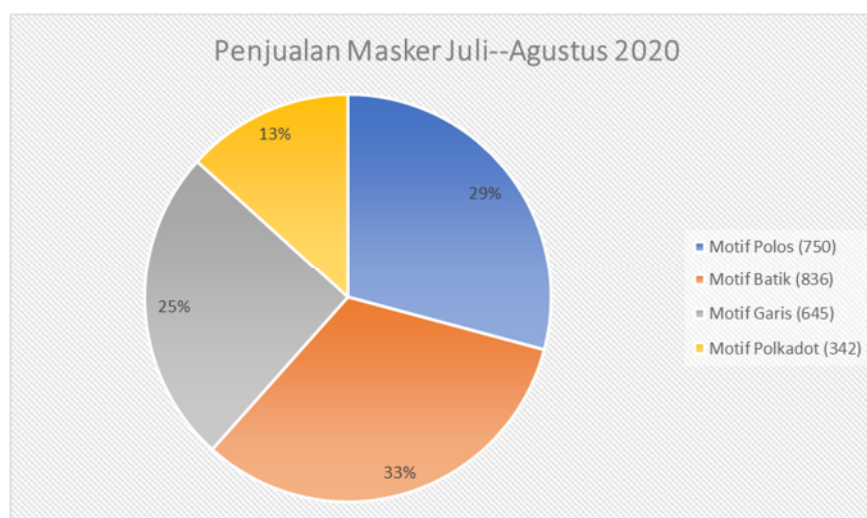
Bahan yang dijadikan bahan dasar masker merupakan bahan katun berlapis sebanyak tiga lembar. Tujuannya tentu saja untuk meminimalisasi penyebaran virus corona. Masker yang dibuat disesuaikan dengan ukuran yang sudah ada, yaitu untuk masker anak dan dewasa. Bahan katunnya pun tersedia dalam berbagai bentuk motifnya. Mulai dari masker polos hingga masker bermotif batik, polkadot, dan warna-warni.



Masker yang sudah selesai dibuat, kemudian dikemas menggunakan plastik dengan harga satuan Rp4.000,00. Harga setengah lusinnya dijual Rp22.000,00 dan harga satu lusinnya dijual dengan harga Rp40.000,00. Industri garmen rumahan milik Nur sudah didaftarkan di toko penjualan *daring*, seperti Tokopedia dan Shopee.

Pelatihan pembuatan masker yang dilakukan oleh pembina dievaluasi pada tanggal 25 Agustus 2020. Hasilnya didapatkan peningkatan pendapatan yang cukup signifikan. Masker ini terjual cukup banyak di pasaran dikarenakan bahannya yang tebal dan pembeli dapat memesan motif sesuai keinginannya. Pengenalan masker ini kepada masyarakat sekitar dilakukan dengan cara memberikan satu buah masker kepada setiap KK yang ada di wilayah RT 02/06. Kemudian, Nur menawarkan jika ingin memesan dalam jumlah yang banyak, beragam motif, pembeli dapat mememesannya sesuai keinginannya masing-masing.

Waktu antrean pemesanan biasanya satu minggu untuk jumlah pemesanan yang sedikit dan motifnya tidak sulit untuk didapatkan. Berikut data penjualan yang didapatkan oleh Nur selama periode Juli–Agustus 2020.



Sumber: Data Diolah, 2020

Gambar 5. Diagram Penjualan

Data penjualan masker dari Juli–Agustus 2020 menjanjikan dengan jumlah penjualan mencapai 2.573 masker dengan berbagai jenis ukuran. Penjualannya menggunakan sistem promosi kepada lingkungan sekitar, berjualan di pasar malam, pasar pagi, dan pemesanan untuk yang sudah mengetahui produk yang dijual. Karena tingginya angka pemesanan, Industri rumahan ini sementara tidak melayani pesanan melalui penjualan *daring*. Saat ini ada tiga orang karyawan yang membantu produksi masker di industri garmen rumahan milik Nur.

Pelatihan yang dilakukan oleh pembina dapat meminimalisasi kerugian akibat produksi yang belum terjual. Pembuatan masker dipilih karena efektif berdasarkan kebutuhan yang ada di pasar cukup tinggi akan kebutuhan masker. Selain itu, penjualan yang cepat dan harganya yang terjangkau membuat industri rumahan ini berkreasi dengan menambahkan model lekukan pada masker yang jual agar terlihat lebih menarik.

#### 4. Simpulan dan Saran

berdasarkan pelatihan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kegiatan transisi penjualan produk industri garmen rumahan menjadi masker sangatlah efektif. Hal ini dikarenakan baju bukanlah menjadi prioritas masyarakat saat ini. Adanya razia masker, edukasi pentingnya penggunaan masker, dan mencegah virus menyebar membuat kebutuhan masker menjadi lebih tinggi dari sebelum pandemi. Selain itu, secara ekonomi industri garmen milik Nur perlahan mendapatkan keuntungannya kembali dibandingkan dengan menjual produk sebelumnya, yaitu berupa pakaian.

Pembina berharap adanya pelatihan lanjutan yang berupaya memasarkan masker dari industri garmen rumahan milik Nur. Hal ini dikarenakan produk yang dibuat sangat baik dan memiliki harga yang relatif murah dibandingkan dengan toko lainnya. Selain itu, pemilihan barang yang baik pun berpengaruh terhadap penyebaran virus corona.

## SINTA

Dwi Setiowati, SINTA ID  6737383

## Daftar Pustaka

- Kemenperin. (2020). *Direktori Perusahaan Seluruh Indonesia*. Kemenperin.go.id
- Putro, B. E., & Pratama, F. (2017). Analisis Model Prediksi Kebangkrutan Industri Garmen dengan Menggunakan Metode Altman Z- Score. *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v1i10.45>
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71–90. [www.queenova.com](http://www.queenova.com).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujanto, A. (2016). Model Manajemen Kursus Garmen Berbasis Dunia Usaha dan Dunia Industri. *Jurnal Kependidikan*.
- WANG, Y., & HE, Y. (2020). Opinions on the corona virus disease 2019. *Chongqing Medicine*