

PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT "HIJAB FASHION" MELALUI STRATEGI EKONOMI MINIM KONTAK (*LESS CONTACT ECONOMY*) MENUJU ERA *NEW NORMAL* DI KOTA SERANG-BANTEN

**Restu Wigati^{1*}, Abdurohim¹, Dwi Esti Intari¹, Hendrian Budi Bagus Kuncoro²,
Resma Kusumaningrum³**

¹Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Cilegon, Indonesia

²Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia

³momokutu.hijab, Serang, Indonesia

*restu.wigati@untirta.ac.id

Abstrak: Awal tahun 2020 dunia dilanda pandemi Covid-19 yang berdampak pada semua aspek kehidupan terutama sektor ekonomi. Kondisi perekonomian semakin memprihatinkan dan berdampak terhadap pelaku usaha termasuk usaha yang bergerak dibidang *hijab fashion* "momokutu.hijab" yang ada di Kota Serang. Sektor bahan pangan dan kebutuhan sehari-hari mengalami penurunan omzet penjualan yang signifikan, karena aktivitas penjualan yang mengandalkan kehadiran pembeli secara fisik di toko atau outlet penjual. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemajuan usaha masyarakat pelaku usaha *hijab fashion* secara mandiri agar menjadi pelaku usaha yang tangguh dan inovatif di era *new normal* melalui strategi ekonomi minim kontak (*less contact economy*). Metode yang digunakan dalam program ini adalah *Participatory Action Research* (PAR) dengan tahapan antara lain persiapan, pelaksanaan program kerja, perumusan deskripsi produk teknologi, serta evaluasi dan rencana keberlanjutan program. Pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan luaran berupa: 1) pelatihan pembuatan produk *ecoprint* ramah lingkungan, 2) penerapan teknologi informasi penggunaan aplikasi *online Padipos.id* dan pendampingan manajemen pengelolaan keuangan 3) tersusunnya e-modul pemberdayaan kemitraan masyarakat, 4) diperolehnya hak cipta produk dan 5) kanal video youtube sebagai bentuk pengenalan dan strategi pemasaran untuk menjangkau khalayak luas. Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, UKM "momokutu.hijab" memiliki strategi dalam melakukan usaha yang berkelanjutan dan mampu menghasilkan produk inovatif di era *new normal*.

Kata Kunci: Covid-19, *ecoprint*, momokutu.hijab, *new normal*, strategi ekonomi minim kontak

Abstract: *At the beginning of 2020, the world was hit by the Covid-19 pandemic which had an impact on all aspects of life, especially the economic sector. Economic conditions are getting worse and have an impact on business actors, including businesses engaged in the hijab fashion "momokutu.hijab" in Serang City. Sales turnover of food and daily necessities decreased significantly due to sales activities that rely on the physical presence of buyers at the shop or seller's outlet. This community service program aims to improve the business progress of the community of hijab fashion business actors independently so that they become tough and innovative business actors in the new normal era through a less contact economy strategy. The method used in this program was Participatory Action Research (PAR) with stages including preparation, implementation of work programs, formulation of technological product descriptions, and evaluation and program sustainability plans. This program's outcomes were in the form of: 1) training in the manufacture of environmentally friendly ecoprint products, 2) application of information technology using the Padipos.id online application and financial management assistance, 3) compilation of e-modules for community partnership empowerment, 4) obtaining product copyright and 5) YouTube video channel as a form of introduction and marketing strategy to reach a wide audience. Through this community service program, "momokutu.hijab" UKM has a strategy in conducting sustainable business and can produce innovative products in the new normal era.*

Keywords: Covid-19, *ecoprint*, momokutu.hijab, *new normal*, *less contact economy strategy*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara berkembang dengan populasi muslim terbesar di dunia yang mencapai 205 juta orang, di atas Pakistan (178 juta orang), Bangladesh (149 juta orang) dan Turki (76 juta orang) (Republika.co.id, 2018). Bagi wanita muslim, hijab sudah menjadi bagian kultur masyarakat dalam berpakaian dan erat kaitannya dengan agama di mana seorang wanita muslim wajib menutup aurat. Tiga sub sektor industri kreatif yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi diantaranya adalah kuliner, kriya dan *fashion*. Trend *fashion hijab* sudah semakin modern dan mudah ditemui dengan banyaknya gerai khusus hijab.

Secara harfiah hijab merupakan pembatas, penghalang, penutup yang memiliki konotasi budaya di banyak negara muslim. Hijab mengacu kepada kerudung yang menutupi rambut wanita muslim dengan berpakaian yang baik dan sopan. Wanita muslim saat ini menyadari citra diri serta identitas sosial mereka yang memengaruhi konsumsi *fashion*. Misalnya, berdasarkan studi yang dilakukan kepada 345 responden peserta *hijab fashion fair* di Kuala Lumpur, Malaysia mayoritas berusia 20-40 tahun menunjukkan bahwa pengetahuan *fashion*, motivasi, gaya berpakaian serta keunikan *fashion* merupakan aspek terpenting dalam memproduksi *hijab fashion* (Harun, 2016). Gaya hijab modis dikembangkan oleh komunitas pengguna hijab (*hijaber community*). Komunitas tersebut menjadikan hijab sebagai sarana syi'ar dengan membuat tampilan visual hijab yang lebih cantik dan menawan. Ekspresi gaya berbusana muslim seperti ini menjadikan banyak wanita muslimah tertarik untuk mengenakan hijab (Puspitasari & Dolah, 2018). Lingkungan multikultural menjadikan pemikiran dan keyakinan dalam menyambut baik *hijab fashion* namun tidak mengubah persepsi hijab sebagai kewajiban agama (Grine & Saeed, 2017). Fenomena hijab merupakan perpaduan antara ajaran agama dan budaya suatu negara dibandingkan dengan konsumsi hijab (El-Bassiouny, 2018). Berdasarkan hasil studi terkait hijab dan fenomenanya di atas, terdapat keterkaitan antara pasar sandang komunitas muslim dan juga potensi penjualan hijab bagi UKM di Indonesia.

Dalam beberapa tahun terakhir, trend hijab berkembang pesat di pasar global sehingga membuka peluang usaha industri *fashion*. Trend tersebut merupakan dasar awal dalam mendesain dengan target harapan konsumen Muslim terhadap kebutuhan *fashion hijab* terpenuhi (Hassan & Ara, 2020). Industri *fashion* merupakan bagian dari industri tekstil yang bersifat dinamis dimana inovasi serta kreativitas menjadi faktor penting serta kunci sukses (Dewi, Syairudin, & Nikmah, 2015). Sektor usaha di bidang *fashion* sangat prospektif dan menjanjikan selain bidang kuliner atau makanan. Hal tersebut dikarenakan setiap individu tidak hanya membutuhkan makanan sebagai kebutuhan pokok melainkan pakaian yang setara dengan kebutuhan pangan. Dalam perkembangannya, industri busana muslim tidak hanya didominasi oleh perusahaan besar, namun usaha kecil dan menengah juga memberikan andil dalam perekonomian. Sekitar 88,8 – 99,9% UKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7 – 97,2% sehingga sudah sepantasnya perlu adanya pengembangan, pembinaan yang berkesinambungan dalam meningkatkan kemajuan UKM di bidang *fashion hijab* maupun busana muslim secara mandiri, menjadi usaha yang tangguh, mampu berinovasi menuju UKM bangkit dalam melindungi bangsa dari pandemi Covid-19 (Apriliani, 2019).

Awal tahun 2020 dunia dilanda pandemi Covid-19 yang menyebabkan kondisi perekonomian semakin memprihatinkan dan berdampak terhadap pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Ketika wabah tersebut melanda, kinerja ekonomi dunia semakin melambat tidak terkecuali Indonesia. Daya beli masyarakat semakin menurun mengakibatkan keberlangsungan usaha pun dipertanyakan. Sektor bahan pangan dan kebutuhan sehari-hari mengalami penurunan di berbagai aspek diantaranya penurunan daya beli masyarakat, penurunan omzet penjualan hingga 40% (Laksono, Astuti, Widagdo, & S, 2021), penurunan permintaan dan penurunan pasokan yang signifikan dengan diberlakukannya *work from home*. Pemerintah berupaya mendorong UKM untuk Program pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah merupakan upaya pemerintah dalam mendorong penciptaan kerja melalui peningkatan ekosistem investasi dan percepatan proyek strategis nasional.

Sejalan dengan kondisi pandemi, tidak dapat dipungkiri bahwa digitalisasi menjadi peluang bagi pasar di semua sektor usaha untuk terbuka tanpa pembatasan wilayah. Peluang ini menjadi potensi yang besar dan sudah selayaknya diterapkan oleh pelaku UKM dengan menerapkan teknologi. Pelaku UKM hendaknya mulai beralih dari skema usaha konvensional menjadi digitalisasi usaha sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas dan mudah (Kemenkopukm, 2021). Di sisi lain, generasi milenial merupakan pengguna terbanyak teknologi atau media sosial. Generasi milenial ini merupakan kelompok potensial untuk melakukan digitalisasi usaha pelaku UKM (Kemenkopukm, 2021).

Di masa pandemi ini, pelaku UKM di Kota Serang memiliki tantangan yang besar agar usaha yang dijalankan mampu bertahan di tengah lesunya daya beli masyarakat. Misalnya saja UKM "momokutu.hijab" yang merupakan mitra dalam kegiatan pengabdian ini memiliki permasalahan dan potensi sebagaimana disajikan dalam Tabel 1. Permasalahan tersebut perlu diatasi dan potensi yang dimiliki perlu dioptimalkan sehingga dapat memaksimalkan keuntungan usaha. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemajuan usaha masyarakat pelaku usaha *hijab fashion* secara mandiri agar menjadi pelaku usaha yang tangguh dan inovatif di era *new normal* melalui strategi ekonomi minim kontak (*less contact economy*).

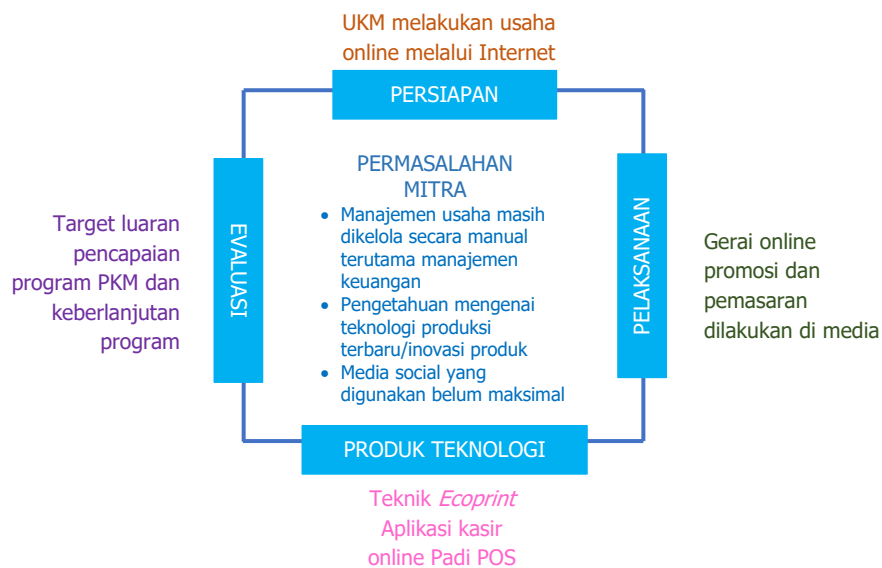
Tabel 1. Profil sasaran potensi dan permasalahan UKM "momokutu.hijab"

Sebelum kegiatan pengabdian skema (PKM)	Potensi yang dimiliki	Permasalahan mitra UKM momokutu.hijab
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jenis barang dapat berubah sewaktu-waktu ✓ Belum melakukan administrasi keuangan yang sesuai standar minimal ✓ Tidak memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha ✓ Belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Semangat pemilik/owner untuk mengembangkan/memajukan usaha "<i>hijab fashion</i>" ✓ Usia SDM yang produktif sehingga memungkinkan untuk mengembangkan keterampilan ✓ Pelanggan yang tersebar baik dalam kota, luar kota maupun luar negeri sudah pernah melakukan transaksi pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manajemen usaha masih dikelola secara manual, terutama manajemen keuangan ✓ Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru atau alat-alat teknologi yang inovatif ✓ Belum maksimalnya pemanfaatan teknologi informasi/media sosial

Sumber: analisis penulis berdasarkan observasi lapangan ke UKM "momokutu.hijab" (2021)

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat skema program kemitraan masyarakat (PKM) ini adalah *Participatory Action Research* (PAR) dengan deskripsi secara lengkap sebagaimana pada Tabel 2. Kegiatan partisipatif antara UKM “momokutu.hijab” dan warga masyarakat melalui proses berbagi dan belajar bersama dilaksanakan selama satu bulan pada bulan Juni – Juli 2021. Tahapan kegiatan PKM ini adalah a) persiapan, b) pelaksanaan program kerja, c) deskripsi produk teknologi, dan d) evaluasi dan rencana keberlanjutan program. Tahapan program secara detail dapat dilihat pada Gambar 1 dengan deskripsi sebagaimana di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan program kemitraan masyarakat (PKM)

a. Tahapan persiapan

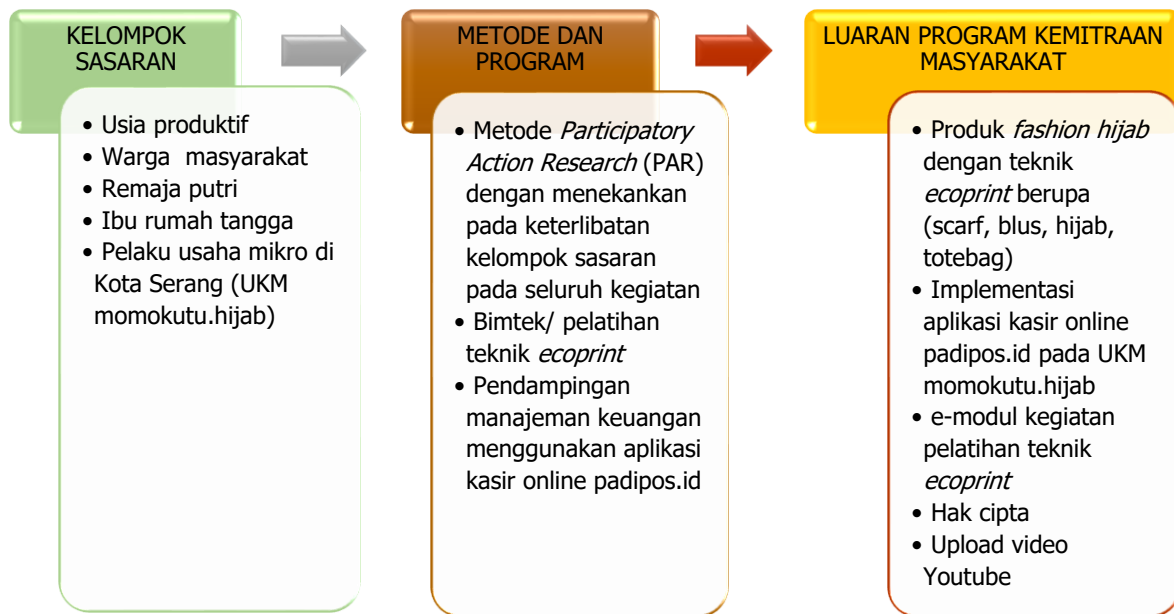
Tahap persiapan dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan detail tentang situasi usaha saat ini, potensi pada masa mendatang, peluang, manfaat, serta masalah atau risiko apabila bisnis *online* berbasis internet diterapkan. Tahap persiapan ini bertujuan untuk mengubah pola pikir pelaku UKM bahwa sebagai pelaku UKM harus berpikir maju ke depan mengantisipasi kemajuan iptek agar usaha yang dilakukannya tetap eksis dan dapat bertahan hidup (Malik, 2018). Tahapan persiapan dalam kegiatan ini meliputi izin kegiatan pengabdian masyarakat, pertemuan awal dengan mitra, persiapan bahan dan peralatan yang dibutuhkan serta penyusunan rencana kerja pengabdian masyarakat.

b. Pelaksanaan program kerja

Dukungan yang nyata adalah bahwa sebagian besar UKM pada dasarnya memahami bahwa ada pasar di dunia maya yang sangat potensial, sangat menguntungkan, dan mudah dikelola tanpa harus terikat oleh waktu bekerja maupun tempat kerja (Malik, 2018). Sedangkan potensi hambatan yang muncul adalah belum terbiasanya para pelaku UKM untuk mulai berdagang secara *online*. Bentuk kegiatan pada tahap ini lebih ditekankan dalam bentuk penyadaran dan *brainstorming* mengenai pentingnya berbisnis secara *online*

melalui internet. Dalam diskusi tersebut dapat diberikan materi mengenai potensi, peluang, manfaat dan keuntungan, serta kiat sukses berbisnis secara *online* yang selanjutnya dapat dilanjutkan dengan diskusi atau *sharing*, pelatihan penunjang bisnis *online*, serta pendampingan manajemen keuangan dengan peserta kegiatan adalah *owner* dan warga masyarakat yang berdekatan dengan UKM "momokutu.hijab" di Kota Serang sebanyak 18 orang.

Tabel 2. Kelompok sasaran, metode dan luaran program



c. Deskripsi produk teknologi

Gerai *online* menjadi peluang bisnis yang menjanjikan, melalui promosi dan pemasaran yang dilakukan di media sosial menjadi lebih cepat dan mudah. Trend di kalangan anak muda yang terbiasa dengan internet tidak ragu lagi untuk berbelanja *online*. Dengan belanja *online* melalui aplikasi <https://padipos.id> konsumen dimudahkan memperoleh barang ataupun perlengkapan sehari-hari tanpa harus meluangkan waktu berkunjung ke toko secara fisik. Dengan belanja *online* persaingan usaha menjadi lebih terbuka, adil serta mendorong UKM berdaya dalam menjalankan *less contact economy* (Rahutami, 2020).

d. Evaluasi dan rencana keberlanjutan program

Strategi pelaksanaan untuk kegiatan program kemitraan masyarakat dengan menghadirkan narasumber maupun pembicara yang sesuai dengan materi yang disampaikan dan didukung oleh target luaran, indikator dan capaian. Keberlanjutan program kemitraan masyarakat (PKM) secara perlahan dapat meminimalisir jumlah pengangguran, meningkatkan pengetahuan masyarakat, membuka lapangan wirausaha bagi kelompok UKM yang ada di wilayah Kota Serang melalui proses berbagi ilmu dan belajar bersama tentang teknik *ecoprint* dan manajemen keuangan melalui penggunaan aplikasi kasir *online*.

Hasil dan Pembahasan

Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha yang memenuhi kriteria dan memiliki kekayaan bersih paling banyak lima puluh juta rupiah dan hasil penjualan tahunan paling banyak tiga ratus juta rupiah (Kemendagri, 2008; Kemendagri, 2014). Sebanyak 64 persen masyarakat Indonesia dari 260 juta penduduk termasuk kategori produktif pada tahun 2030-2040 diharapkan anak muda millennial dapat berperan dalam membangun perekonomian bangsa. UKM "momokutu.hijab" berdiri pada tanggal 28 Februari 2018, pada awal merintis owner menciptakan ide gagasan serta desain yang mengikuti perkembangan pasar kekinian namun tetap syar'i dengan harga jual terjangkau, nyaman dan berkualitas dengan target konsumen disemua kalangan wanita segala usia mulai anak-anak, remaja, dewasa dan paruh baya (Kusumaningrum, 2018). Adapun luaran Program yang sesuai dengan [Tabel 2](#) Pemberdayaan Masyarakat Skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di Kelurahan Sepang, Kecamatan Taktakan Kota Serang-Banten melalui usaha masyarakat "momokutu.hijab" yang diantaranya:

Pelatihan pembuatan produk *ecoprint* ramah lingkungan

Material alam yang bersumber dari sumber daya alam yang melimpah di Indonesia dapat dijadikan olahan pewarna alam. Potensi olahan dengan menggunakan pewarna alam salah satu diantaranya melalui teknik *ecoprint* di mana proses transfer warna dan bentuk pada kain melalui kontak langsung antara kain dan daun. Melalui teknik *ecoprint* pada industri *fashion* busana wanita mengadaptasi tema atau gaya busana Bohemian yang merupakan penyumbang terbesar ke tiga sektor ekonomi kreatif di Indonesia yaitu sekitar 18.15% (Tresnarupi & Hendrawan, 2019). [Gambar 2](#) merupakan bahan dan alat yang dibutuhkan dalam pembuatan produk *ecoprint* yang terdiri dari; daun (jarak wulung, bixa kesumba, lanang, jati dan red panama), kain mori, tawas, pengunci warna tunjung, plastik PE roll tebal 0,5 cm lebar 70 cm, gunting, lakban dan tali rafia.

Proses pembuatan produk *ecoprint* dengan teknik *steaming* atau kukus pada pelatihan pemberdayaan ini melalui 4 tahapan. Tahapan pertama yaitu proses *mordanting* kain, proses diawali dengan merendam kain dengan menggunakan tawas selama 12 jam dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan kain dalam menyerap zat warna. Tahap kedua yaitu tahap cetak, bahan yang digunakan pada tahap ini berupa daun jarak wulung (*Jatropha gossypipolia*), daun kesumba (*Bixa Orellana*), daun lanang (*Oroxylum Indicum*), daun jati (*Tectona grandis*) dan daun red panama (*Hibiscus acetosella*) yang dapat digunakan langsung tanpa melalui proses *treatment* terlebih dahulu jika menggunakan daun selain jenis tersebut. Kain yang sudah melalui proses tahapan pertama dalam kondisi sudah dibilas kemudian dibentangkan dan daun yang sudah dipersiapkan disusun sesuai motif yang diinginkan dan usahakan dalam penataan daun tidak menumpuk supaya jejak daun yang dihasilkan terlihat jelas. Setelah semua daun disusun selanjutnya ditutup dengan plastik, digulung rapi dan diikat dengan tali untuk mempermudah proses pengukusan dan daun menempel pada kain dengan sempurna. Tahap ketiga yaitu proses pengukusan kain yang sudah digulung selama 2 jam dengan suhu 100°C, setelah dingin barulah dibuka ikatan tali pada kain tersebut dan diangin-anginkan biarkan

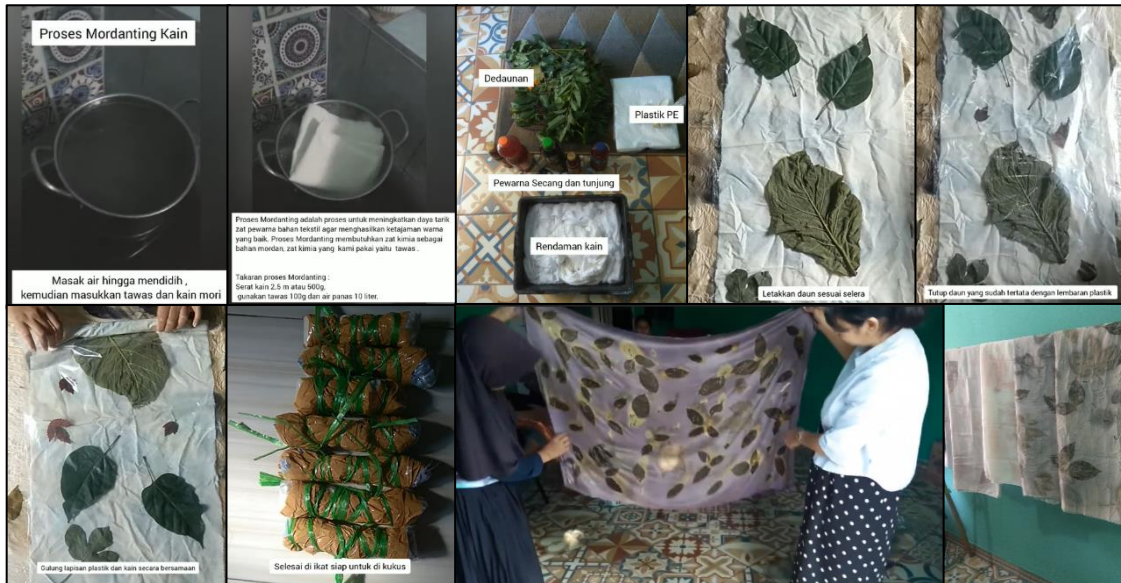
sampai 5 hari setelah itu kemudian dibilas lalu dijemur hingga kering. Tahap keempat adalah proses fiksasi, pada tahapan ini merupakan proses penguncian warna dengan menggunakan larutan tunjung jika menginginkan efek warna cenderung agak tua dan larutan tawas jika menginginkan efek warna yang lebih muda atau cerah selama 1 jam. Produk *Ecoprint* sebaiknya dicuci dengan menggunakan lerak atau shampoo untuk menghindari warna kain yang cepat pudar. **Gambar 3** merupakan tahapan proses pembuatan produk *hijab fashion* dengan teknik *ecoprint*. Pelatihan pembuatan produk *hijab fashion* ramah lingkungan diikuti oleh warga masyarakat terdiri dari ibu rumah tangga, pemuda dan pemudi, pelaku usaha mikro yang ada di Kota Serang.



Gambar 2. Alat dan bahan pembuatan hijab *ecoprint*

Ecoprint menghasilkan warna dan corak pada kain yang memiliki keunikan dan keistimewaan tersendiri. Keunggulan teknik *ecoprint* selain mudah diaplikasikan dalam proses pembuatan, pemanfaatan bahan alami yang mudah diperoleh, ramah lingkungan serta tidak menggunakan bahan kimia (Irmayanti, Suryani, & Megavitry, 2020). Warna dan corak ini sesuai dengan warna dan corak bahan alami yang digunakan. Meski menggunakan jenis bahan alami yang sama, satu produk dengan produk lainnya yang dihasilkan dari teknik *ecoprint* tidak akan sama.

Inilah yang membuat produk *ecoprint* menjadi eksklusif dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. *Ecoprint* menjadi peluang usaha yang menarik untuk dikembangkan di Kota Serang. Ketersediaan sumber bahan pewarna dan motif alam yang melimpah, menjadi potensi yang layak untuk dikembangkan terutama bagi UKM yang bergerak di bidang *hijab fashion*. Dengan memanfaatkan bahan-bahan alami dari lingkungan sekitar pembuatan *ecoprint* terbilang mudah tetapi menghasilkan produk dengan nilai jual tinggi. **Gambar 4** merupakan hasil produk *hijab fashion* melalui kegiatan pelatihan pemberdayaan masyarakat untuk berbagai macam produk seperti hijab, scarf, totebag, blus dengan teknik *ecoprint*.



Gambar 3. Tahapan pembuatan hijab *ecoprint*



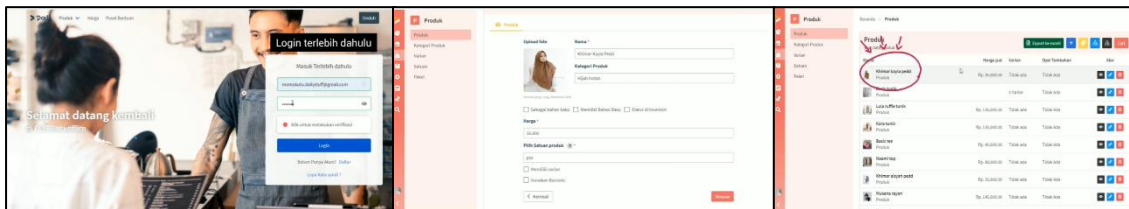
Gambar 4. Produk *hijab fashion* dengan teknik *ecoprint*

Pendampingan manajemen keuangan berbasis teknologi informasi: Penggunaan aplikasi kasir *online* padipos.id

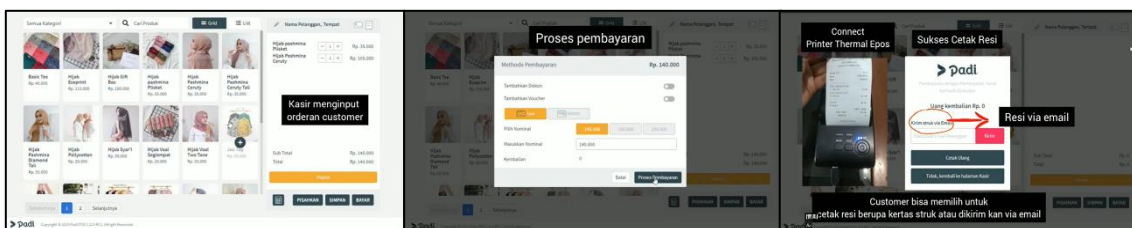
Perkembangan teknologi media sejalan dengan fenomena *hijab fashion* di Indonesia memberikan pengaruh terutama bagi wanita muslim dalam mengekspresikan gaya berbusana salah satu nya melalui *blog*. *Blog* memberikan kemudahan bagi muslimah untuk berinteraksi dan saling menginspirasi dan juga berbagi pengalaman tentang Islam. Pengalaman menjadi *blogger* bagi wanita muslim di Indonesia menjadikan karya mereka terkenal dan dihargai serta dapat memberika peluang profesi baru berkaitan dengan industri hijab (Istiani, 2015). Teknik pemasaran melalui sosial media *Instagram* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen pada produk *hijab fashion*. *Update* informasi melalui *platform Instagram* dengan deskripsi yang jelas, promosi menarik serta respons cepat dari penjual dalam menjawab pertanyaan menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan tentunya dengan mengutamakan kualitas produk. *Instagram* berperan penting dalam menghadirkan produk serta menjangkau calon pelanggan dengan waktu yang tidak terbatas, selain itu promosi melalui *Instagram* jauh lebih murah dibandingkan dengan media promosi televisi, majalah dan surat kabar (Hardiyanto, Perera, & Kusdiby, 2020).

Sistem komputerisasi penjualan dapat meminimalisir kesalahan pada pengelolaan data

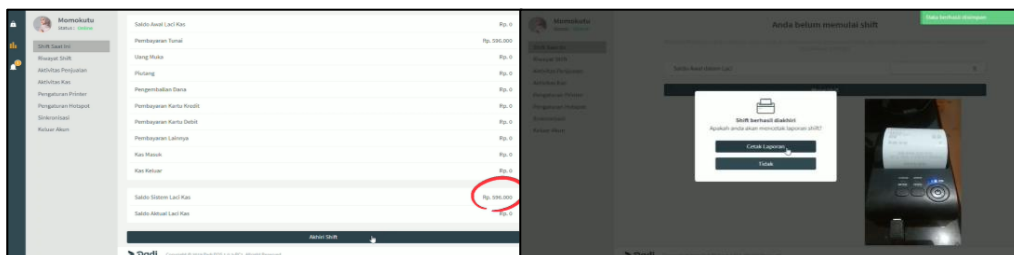
penjualan serta laporan keuangan. Selain itu dengan adanya sistem tersebut mempermudah dalam hal pengecekan data transaksi dan data barang yang selalu tersimpan dalam data base sehingga memperkecil kehilangan rekap data penjualan (Rosadi & Adilah, 2018). Aplikasi Padipos merupakan software berbasis *online* yang dirancang dan didesain bagi pelaku UKM maupun UMKM yang dapat dioperasikan melalui desktop, HP maupun tablet android. Melalui aplikasi Padipos diharapkan pemilik usaha dapat mengelola keuangan secara lebih teratur baik data maupun pelaporan di mana saja selama terkoneksi dengan internet sehingga laporan *realtime* dengan cepat dan mudah dapat digunakan kapan pun dan di manapun. Tidak hanya bagi pemilik usaha, aplikasi ini juga memberikan kemudahan dalam bertransaksi bagi konsumen dengan vitur desain yang sederhana dan mudah dipahami serta memberikan keamanan dalam melakukan proses transaksi. Produk yang dapat dikelola dengan baik melalui aplikasi ini diantaranya produk untuk bisnis restoran, jasa dan retail (Padipos, 2021). Penggunaan aplikasi Padipos dan media sosial Instagram (https://instagram.com/momokutu.hijab?utm_medium=copy_link) pada UKM "momokutu.hijab" sebagai bentuk pendampingan manajemen keuangan. Dengan berlangganan aplikasi tersebut diharapkan mampu menjawab permasalahan mitra sesuai Tabel 1 sehingga strategi ekonomi minim kontak (*less contact economy*) tercapai akibat dampak pandemi Covid-19 dalam berinovasi menuju era *new normal*. Pendampingan dilakukan dengan tahapan kegiatan pendaftaran akun, manajemen sistem berupa input produk, cetak resi/ bukti belanja online, pergantian shift karyawan dan pembukuan harian seperti pada Gambar 5, Gambar 6, dan Gambar 7.



Gambar 5. Pembuatan akun dan input produk "momokutu.hijab"



Gambar 6. Proses transaksi online UKM "momokutu.hijab"



Gambar 7. Pergantian shift karyawan UKM "momokutu.hijab"

E-modul pemberdayaan kemitraan masyarakat

Pesatnya perkembangan teknologi di era digital mendorong kegiatan pembelajaran semakin inovatif. Perkembangan teknologi telah menggeser keberadaan bahan ajar atau modul cetak ke arah penggunaan bahan ajar atau modul elektronik yang dinilai efektif digunakan dalam pembelajaran (Winatha, Suharsono, & Agustini, 2018). Media pembelajaran interaktif berbasis teknologi informasi e-modul menjadi sebuah cara yang efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi (Imansari & Sunaryantiningasih, 2017). Serangkaian kegiatan pengabdian kemitraan masyarakat di Kelurahan Sepang, Kecamatan Taktakan Kota Serang-Banten melalui usaha masyarakat "momokutu.hijab" dikemas dalam modul elektronik yang menampilkan gambar, video dan teks diharapkan dapat menjadi salah satu sumber belajar baru bagi masyarakat, khususnya pelaku UKM dibidang *fashion*. E-modul dengan judul "pemberdayaan kemitraan masyarakat produk *hijab fashion* dengan teknik *ecoprint* & penggunaan aplikasi kasir *online* padipos.id" dapat diperoleh pada link url: <https://link.untirta.ac.id/eModulEcoprint>.

Kekayaan intelektual berupa e-hak cipta

Elektronik hak cipta (e-hak cipta) merupakan salah satu kekayaan intelektual (KI) yang merupakan hak eksklusif pencipta yang diperoleh setelah suatu ciptaan diwujudkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta (Buku Panduan E-Hak Cipta, 2017). Untuk mewujudkan luaran pengabdian kepada masyarakat melalui skema program kemitraan masyarakat, tim pengabdian beserta mitra melakukan permohonan pendaftaran hak cipta berupa e-modul pembelajaran interaktif dengan nomor aplikasi permohonan EC00202151735 pada tanggal 1 Oktober 2021 dan nomor pencatatan 000277596 dengan status pengajuan hak cipta "*approval*" dan di peroleh sertifikat hak cipta.

Video youtube sebagai bentuk pengenalan dan strategi pemasaran

Tabel 3 berikut ini merupakan kumpulan beberapa video pembelajaran terkait proses pembuatan produk *ecoprint*, alat serta bahan yang dibutuhkan, kegiatan pengabdian masyarakat yang melibatkan warga masyarakat sekitar serta pendampingan pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi Padipos.id. Dengan meng-*upload* video pelatihan pembuatan produk *hijab fashion* serta penerapan aplikasi kasir online melalui *youtube* diharapkan menjadi salah satu strategi pemasaran dan memperkenalkan inovasi produk terbaru UKM "momokutu.hijab".

Tabel 3. Luaran kegiatan berupa upload video pelatihan dan pemdampingan

No.	Judul	URL
1	Bahan dan proses <i>ecoprint</i>	https://www.youtube.com/watch?v=Cx_tR7w_oWc
2	Teknik pembuatan produk <i>ecoprint</i>	https://www.youtube.com/watch?v=6Bp3D42_A7k
3	Pelatihan <i>ecoprint</i>	https://www.youtube.com/watch?v=IO9x3yttHQ4
4	Pemberdayaan masyarakat membuat produk <i>ecoprint</i>	https://www.youtube.com/watch?v=F3c2z7xIUe
5	Input produk di aplikasi kasir Padipos	https://www.youtube.com/watch?v=K4l68DGZ414
6	Cetak resi pakai Padipos	https://www.youtube.com/watch?v=UnS0klXyulQ
7	Cetak laporan pakai Padipos	https://www.youtube.com/watch?v=Q3vesZ3qfhQ

Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat skema program kemitraan masyarakat (PKM) LPPM Untirta Tahun 2021 di Kota Serang dilatarbelakangi dampak pandemi Covid-19 yang dirasakan oleh pelaku UKM "momokutu.hijab" untuk tetap mempertahankan keberlangsungan usaha dan pelaku UKM tetap produktif, inovatif dengan mengikuti perkembangan teknologi yang bergeser ke arah digitalisasi usaha dan menjalankan strategi ekonomi minim kontak (*less contact economy*). Sejalan dengan kondisi tersebut dan menjawab permasalahan mitra (Tabel 1), tim pengabdian kepada masyarakat LPPM Untirta bersama mitra dan masyarakat sekitar melakukan beberapa kegiatan pelatihan serta pendampingan dengan menghasilkan luaran pengabdian antara lain:

- a. Manajemen usaha yang semula dikelola secara manual terutama manajemen keuangan, kini beralih menjadi digitalisasi usaha dengan menerpakan aplikasi online Padipos.id di UKM "momokutu.hijab".
- b. Inovasi produk terbaru dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dan masyarakat di Kota Serang melalui pembuatan produk terbaru *hijab fashion* menggunakan teknik *ecoprint* dengan memanfaatkan material alam sebagai bahan dasar serta olahan pewarna alam. Produk inovasi terbaru yang dihasilkan UKM "momokutu.hijab" diantaranya: scarf, totebag, blus dan hijab.
- c. Memaksimalkan media sosial seperti *Instagram, line, whatsapp* serta *youtube* sebagai strategi pemasaran yang menjadikan peluang pasar terbuka tanpa pembatasan wilayah.
- d. Luaran lain berupa e-modul dengan judul "pemberdayaan kemitraan masyarakat produk *hijab fashion* dengan teknik *ecoprint* & penggunaan aplikasi kasir online padipos.id" dan sertifikat hak cipta dengan nomor pencatatan 000277596.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan memungkinkan UKM "momokutu.hijab" untuk tetap bertahan dan terus menghasilkan inovasi di *era new normal*. Diharapkan ada keberlanjutan melalui program sejenis dengan tema-tema pendukung sebagai upaya transformasi e-UKM dan pembentukan komunitas kreatif di masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Mitra UKM "momokutu.hijab", Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat, skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun 2021 dengan kontrak pengabdian Nomor: B/178/UN.43.3/PT.01.03/2021.

Referensi

- Apriliani, S. N. (2019). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran di Sektor Industri UMKM Konveksi Kerudung Kampung Hijab Desa Margaasih Kecamatan Cicalengka*. Bandung: repository@unpas.ac.id.
- Buku Panduan E-Hak Cipta. (2017). In D. J. Intelektual. Jakarta. Diakses di http://www.fk.ub.ac.id/wp-content/uploads/2020/04/Panduan_E-Hakcipta.pdf

- Dewi, D. S., Syairudin, B., & Nikmah, E. N. (2015). Risk management in new product development process for fashion industry: Case study in hijab industry. *Procedia Manufacturing*, 4, 383 – 391. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.11.054>
- El-Bassiouny, N. M. (2018). The Hijabi self: authenticity and transformation in the Hijab fashion phenomenon. *Journal of Islamic Marketing*, 9(2), 296-304. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2016-0102>
- Grine, F., & Saeed, M. (2017). Is Hijab a fashion statement?: A study of Malaysian Muslim women. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 430-443. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2015-0029>
- Hardiyanto, N., Perera, H. L., & Kusdiby, L. (2020). Customer Purchase Intentions on Hijab Fashion: The Role of Social Media Marketing Instagram and Product Quality. *International Journal of Applied Business Research*, 2(2), 138-148. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v2i02.108>
- Harun, S. H. (2016). Factors influencing fashion consciousness in hijab fashion consumption among hijabistas. *Journal of Islamic Marketing*, 7(4), 476-494. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2014-0064>
- Hassan, S. H., & Ara, H. (2020). Malaysia, Hijab Fashion Consciousness Among Young Muslim Women in Malaysia. In *Monografico*, 39(4), 1-19. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i4.4312>
- Imansari, N., & Sunaryantiningsih, I. (2017). Pengaruh penggunaan e-modul interaktif terhadap hasil belajar mahasiswa pada materi kesehatan dan keselamatan kerja. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Elektro*, 2(1), 11-16. <http://dx.doi.org/10.30870/volt.v2i1.1478>
- Irmayanti, Suryani, H., & Megavitry, R. (2020). Pemanfaatan Bahan Alami Untuk Pembuatan Ecoprint Pada. *PENGABDI: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43-50. <https://doi.org/10.26858/pengabdi.v1i1.15722>
- Istiani, A. N. (2015). Konstruksi Makna Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 48-55.
- Kemenkopukm. (2021). PP 7/2021 "Karpas Merah" bagi pelaku KUMKM. In *Program Adaptasi dan Transformasi Ekonomi Nasional* (pp. 7-8).
- Kemenkumham. (2008). Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *UU RI Nomor 20 Tahun 2008*. Jakarta.
- Kemenkumham. (2014). Pedoman Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil. *Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No 83 Tahun 2014*. Jakarta.
- Kusumaningrum, R. (2018). Company Profile momokutu.hijab.
- Laksono, F. A., Astuti, S., Widagdo, A., & S, & I. (2021). Peningkatan kemampuan digitalisasi promosi dan pemasaran produk kelompok eks-buruh migran di Kabupaten Wonosobo. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 13-26. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v17i1.2867>
- Malik. (2018). Transformasi Bisnis UMKM Menjadi E-UMKM. Diakses di http://eprints.umk.ac.id/8986/1/Materi_HakCipta_Malik.pdf
- Padipos. (2021). Diakses di: <https://padipos.id/tentang-padi/tentang-padi-pos>
- Puspitasari, C., & Dolah, J. (2018). The Analysis of Integration between Hijab Concept and Fashion in Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 207, 325-328.
- Rahutami, A. I. (2020). UMKM JEJAK, AKSI & SOLUSI SAAT PANDEMI Sebuah Antologi ISEI bagi Negeri. Semarang: Fastindo. Diakses di <http://repository.unika.ac.id/23500/1/Book%20Chapter.pdf>
- Republika.co.id. (2018). *Inilah 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar di Dunia*. Diakses di <https://www.republika.co.id/berita/noywh5/inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>
- Rosadi, D., & Adilah, N. R. (2018). Aplikasi Penjualan Hijab Fashion. *Jurnal Computech & Bisnis*, 12(1), 28-33.
- Tresnarupi, R. N., & Hendrawan, A. (2019). Penerapan Teknik Ecoprint pada Busana dengan Mengadaptasi Tema Bohemian. *e-Proceeding of Art & Design*, 6, pp. 1954-1960.
- Winatha, K. R (2018). Pengembangan e-modul interaktif berbasis proyek mata pelajaran simulasi digital. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 15(2), 188-199. <https://doi.org/10.23887/jptk-undiksha.v15i2.14021>