

ARCHIVE_-
_RIZMA_AYU_A_037.docx
by B Y

Submission date: 25-Mar-2024 03:17PM (UTC+0800)

Submission ID: 2330506018

File name: ARCHIVE_-RIZMA_AYU_A_037.docx (3.13M)

Word count: 2688

Character count: 17199

ASSISTANCE WITH THE DIGITALIZATION OF HOUSEWIFE PRODUCTS IN TANGGULANGIN [PENDAMPINGAN DIGITALISASI PRODUK IBU RUMAH TANGGA DI TANGGULANGIN]

Rizma Ayu¹⁾, Ainur Rochmaniah*²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: ainur@umsida.ac.id

Abstract. *Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are a business sector that includes various types of businesses with micro, small to medium scale. Mrs. Anis is a home-based business person who sells many items including the fashion category including clothes, bags, head accessories, and others. Mrs. Anis's business has started since 2017, in marketing her goods only by word of mouth without selling online but can have resellers and sells well. Mrs. Anis's business does not yet have her own brand. So in this case the author makes the output for this Community Service Activity, namely a logo for the online shop, makes packaging labels, and provides assistance in terms of using E-commerce. By having her own brand, the products that Ibu Anis sells are expected to be able to compete with other products. In addition, through social media, the general public can get to know the brands of Ms. Anis's products. In community service, it aims to achieve recognition in indexed national journals and publications through the mass media..*

Keywords - MSMEs, accompaniment, E-commerce, Social Media, Digitization

Abstrak. *Usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah sektor bisnis yang mencakup berbagai jenis usaha dengan skala mikro, kecil hingga menengah. Ibu Anis merupakan pelaku bisnis rumahan yang berjualan banyak barang dibidang fashion, diantaranya adalah pakaian, tas, aksesoris kepala, dan lain-lain. Bisnis ibu Anis ini telah dimulai sejak tahun 2017, dalam memasarkan barangnya ibu Anis hanya dari mulut ke mulut tanpa berjualan online tapi bisa mempunyai distributor dan laris, bisnis ibu Anis ini juga belum memiliki merek/citra miliknya sendiri. Jadi dalam hal ini penulis membuat output untuk Kegiatan Abdi Masyarakat ini adalah Logo untuk online Shop, membuat label packaging, dan melakukan pendampingan dalam hal Penggunaan E-commerce. Dengan memiliki merek sendiri, produk yang ibu Anis jual diharapkan dapat bersaing dengan produk lainnya. Selain itu melalui media sosial masyarakat umum dapat mengenal merek dari produk-produk milik ibu Anis. Dalam pengabdian kepada masyarakat, bertujuan untuk mencapai pengakuan dalam jurnal nasional yang terindeks serta publikasi melalui media massa..*

Kata Kunci - UMKM, Pendampingan, E-commerce, Media Sosial, Digitalisasi

I. PENDAHULUAN

Perkembangan cepat dan kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan media elektronik dan internet menjadi salah satu aspek kunci dalam komunikasi dan bisnis. Meskipun masih ada sejumlah pelaku bisnis yang belum mengadopsi teknologi ini karena kurangnya pemahaman tentang internet, namun dengan meningkatnya persaingan bisnis di era digital, penting bagi mereka untuk memanfaatkannya. Hal ini terjadi seiring dengan peningkatan penggunaan internet melalui berbagai perangkat seperti laptop, komputer, dan smartphone[1]

Kemajuan dalam teknologi dan informasi saat ini secara pasti memengaruhi segala aspek kehidupan masyarakat. Pemanfaatan teknologi dan informasi tidak hanya membantu dalam berbagai bidang pekerjaan, tetapi juga sesuai dengan tujuan dari keberadaannya menurut [2], yaitu untuk mengatasi masalah, menginspirasi kreativitas, dan meningkatkan efisiensi dalam bekerja. Dengan demikian, teknologi dan informasi menjadi hal yang esensial bagi masyarakat saat ini, dan kemungkinan akan menjadi lebih penting untuk masa depan.

Bisnis online adalah bentuk usaha yang menggunakan media sosial sebagai platform untuk mempromosikan produk atau layanan. Contoh produk yang sering dijual melalui media sosial termasuk pakaian, makanan, barang elektronik, dan lainnya. Selain produk, ada juga beragam layanan yang dipasarkan melalui media sosial, seperti layanan cuci AC, layanan perbaikan kendaraan, layanan kebersihan, dan sebagainya.

E-commerce, singkatan dari Electronic Commerce, merujuk pada sistem transaksi yang dilakukan secara elektronik. Ini adalah suatu platform di ranah digital di mana terjadi interaksi jual-beli antara penjual dan pembeli. E-commerce melibatkan kegiatan bisnis yang berlangsung melalui internet, diakses melalui perangkat seperti komputer, laptop, atau smartphone. Tujuannya adalah untuk mempermudah proses belanja, pembelian, dan distribusi dengan efisien melalui metode online. Fenomena e-commerce muncul sebagai respons terhadap perubahan perilaku belanja masyarakat yang semula dilakukan secara konvensional di toko atau tempat perbelanjaan, kini beralih menjadi belanja online. Masyarakat Indonesia, sebagai negara berkembang, telah memberikan respon positif terhadap perkembangan ini, yang tercermin dari banyaknya e-commerce yang bermunculan baik dari dalam negeri maupun luar negeri di Indonesia..

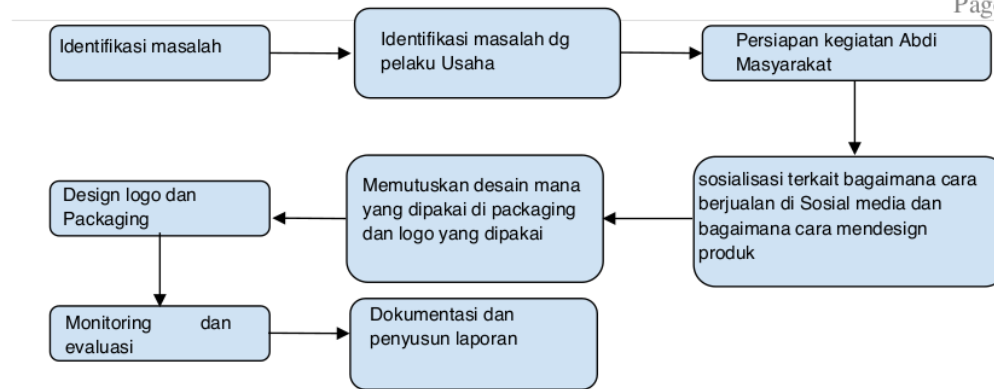
Perkembangan teknologi yang meliputi media sosial dan platform e-commerce menuntut keberadaan logo sebagai bagian integral dari mereka. Penting bagi setiap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memiliki logo, seperti yang disorot dalam penelitian berjudul "Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Jawa Barat" (Rika Ratna Permata, n.d.) [3]. Penelitian ini menegaskan bahwa logo UMKM memiliki sejumlah manfaat, termasuk menciptakan identitas usaha yang khas, daya tarik terhadap konsumen, pengaruh terhadap perilaku pembelian, serta meningkatkan daya ingat. Temu 4 tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sigit Hermawan (n.d.) [4] dalam penelitian berjudul "Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Umkm Kuliner Melalui Pelatihan Akuntansi, Branding, Dan Halal Food". Penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM kuliner menghasilkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan terkait halal food, pemasaran, dan diversifikasi usaha dari nilai pre-test ke post-test. Ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner mengalami peningkatan dalam pemahaman dan keterampilan mereka setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan.

Melihat potensi besar dalam perkembangan teknologi, penulis bertujuan untuk membimbing bisnis milik ibu Anis agar lebih sesuai dengan perkembangan zaman. Sebelumnya, bisnis ini hanya mengandalkan promosi mulut ke mulut, tidak memiliki logo untuk kegiatan bisnis online, menggunakan kemasan biasa tanpa label, serta menawarkan produk secara langsung dari rumah ke rumah. Dengan bimbingan mengenai e-commerce, penulis berharap ibu Anis dapat menjual produknya hanya melalui rumah menggunakan beberapa platform gratis. Dalam proyek pengabdian ini, penulis terlibat dalam memberikan sosialisasi dan bimbingan untuk meningkatkan pemahaman tentang strategi pemasaran melalui media online. Selain itu, penulis juga membantu dalam pembuatan logo untuk toko online ibu Anis, merancang kemasan dan label produk, serta memberikan dukungan untuk meningkatkan kesadaran merek.

II. METODE

11 Menurut definisi yang tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tahun 2023 yang diterbitkan oleh Kementerian Pendidikan, Metode adalah "prosedur yang sistematis yang digunakan untuk menjalankan suatu tugas dengan tujuan mencapai hasil sesuai yang diinginkan." Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini akan melibatkan penyuluhan, pendampingan, dan partisipasi di 21 Bu Anis, yang kemudian akan diadopsi juga oleh beberapa reseller. Pelaksanaan kegiatan akan mengikuti tahapan sebagai berikut: (1) Identifikasi masalah; (2) Persiapan; (3) Melakukan sosialisasi terkait bagaimana cara berjualan di Sosial media dan bagaimana cara mendesign produk; (4) Mulai menjalankan design dan promosi di Sosial Media sendiri yg nantinya akan dilanjutkan oleh pelaku usaha, Serta design logo dan Packaging; (5) Monitoring dan evaluasi; (6) Dokumentasi dan penyusunan laporan.

Sebagai bagian dari proses pengabdian masyarakat, rangkaian pelaksanaan kegiatan disajikan dalam langkah pertama berikut ini.



Step 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap Identifikasi Masalah, penulis melakukan pencarian UMKM yang membutuhkan bantuan dalam mengatasi tantangan dalam proses bisnisnya. Hingga akhirnya, penulis memutuskan untuk memberikan dukungan kepada salah satu usaha dagang yang dimiliki oleh Ibu Anis. Pada tahap Persiapan, penulis menyusun jadwal pertemuan dengan pelaku usaha serta menetapkan lokasi yang sesuai. Tahap berikutnya adalah Identifikasi Masalah bersama Pelaku Usaha, yang berbeda dengan tahap identifikasi masalah sebelumnya. Pada tahap ini, penulis telah bertemu dengan pelaku usaha dan bersama-sama merumuskan beberapa permasalahan yang dapat ditangani oleh penulis dengan dukungan dari pelaku usaha.

Beberapa diantaranya yang akan dibantu penulis dalam hal pengabdian masyarakat kali ini adalah ; (1) Pembuatan Media online untuk berjualan. penulis hanya mengenalkan tentang media sosial Marketplace yang sebelumnya belum pernah digunakan oleh pelaku usaha sebagai cara berjualan. (2) Membuat Logo untuk usaha yang dimiliki ibu Anis. (3) Membantu membuat Design untuk Label Packaging. setelah 3 hal diatas telah disepakati bersama untuk dilakukan maka penulis melanjutkan pada tahap berikutnya yaitu Sosialisasi mengenai Media Sosial untuk Berjualan. Pada tahap ini penulis menjelaskan sedikit banyak tentang Media Sosial, Bagaimana cara membuat akun Media Sosial Marketplace, membuat design untuk bahan upload agar produk yang akan dijual pada marketplace terlihat baik dan rapi serta menarik, lalu mengajarkan pelaku usaha untuk upload produk pada Marketplace. Marketplace yang dimaksud adalah Shopee. Setelah tahap sosialisasi, langkah berikutnya adalah penulis membantu dalam mengunggah produk ke Marketplace, kemudian dilanjutkan dengan pengunggahan mandiri oleh Pelaku Usaha. Sambil proses tersebut berlangsung, penulis juga melanjutkan dengan pembuatan desain Logo dan Label Packaging untuk produk milik Bu Anis. Tahap berikutnya adalah saat Logo dan Label Packaging telah selesai, di mana Bu Anis mulai menerapkan logo yang dipilih dari beberapa opsi serta menggunakan Packaging untuk produk yang telah terjual. Setelah periode dua minggu, tahapan selanjutnya adalah Evaluasi dan Penyusunan Laporan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengabdian masyarakat dalam program Pendampingan Digitalisasi Produk Ibu Rumah Tangga di Tanggulangin, dapat diuraikan hasil dan luaran kegiatan, serta dampak dari perubahan yang dialami oleh mitra selama proses pendampingan. Hal ini tercermin melalui berbagai tahapan yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat, yaitu sebagai berikut :

A. Tahap Identifikasi Masalah

Dalam tahap identifikasi masalah, penulis mencari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang membutuhkan bantuan dalam mengembangkan kegiatan usahanya. Proses ini berlanjut hingga penulis memutuskan untuk memberikan bantuan kepada salah satu usaha dagang yang dimiliki oleh Ibu Anis. Penulis tertarik pada usaha dagang Ibu Anis karena melihat potensi untuk pengembangan lebih lanjut, terutama dalam hal pemasaran. Sebelumnya, Ibu Anis hanya melakukan penjualan secara langsung tanpa memanfaatkan media sosial. Penulis memperkenalkan penggunaan media sosial sebagai platform penjualan kepada Ibu Anis agar usahanya dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, penulis juga menyadari bahwa usaha yang telah berjalan lama ini tidak memiliki logo dan kemasan produk yang menarik.

B. Tahap Persiapan

Pada langkah ini, penulis menyusun jadwal pertemuan dengan pelaku usaha, yaitu Ibu Anis, untuk menentukan waktu dan tempat yang sesuai. Setelah berdiskusi, penulis dan Ibu Anis sepakat untuk bertemu di rumah Ibu Anis. Dalam pertemuan tersebut, mereka membahas berbagai hal termasuk desain logo yang akan digunakan, konsep serta elemen apa yang ingin dimasukkan oleh Ibu Anis ke dalam logo tersebut, strategi pengelolaan toko online di Shopee, dan jenis label yang diinginkan oleh Ibu Anis. Berbeda dengan tahap identifikasi awal di mana penulis masih mempertimbangkan pemilik usaha mana yang akan dibantu, dalam tahap ini penulis sudah bertemu langsung dengan pemilik usaha, Ibu Anis.





Gambar 1. Foto Dengan Ibu Anis Dirumah Sedang Diskusi

Setelah pertemuan, awalnya penulis hanya berencana untuk mengajarkan strategi penjualan online kepada Anis, namun kemudian juga memberikan bantuan dalam pembuatan logo untuk usahanya. Oleh karena itu, beberapa hasil yang dapat dilaporkan adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan terhadap e-commerce Shopee dan panduan penggunaannya.
2. Pembuatan logo.
3. Desain label kemasan produk.

C. Tahap Sosialisasi mengenai Media Sosial untuk Berjualan

Dalam tahap ini, penulis bertemu dengan Ibu Anis untuk membantu memperluas pemahamannya tentang penggunaan media sosial untuk kegiatan berjualan. Penulis lebih menyarankan agar Ibu Anis lebih memanfaatkan platform SHOPEE. Kemajuan pesat dalam teknologi informasi telah membawa dampak yang tidak terduga sebelumnya. Di Indonesia, tingkat penetrasi pengguna internet mencapai salah satu yang tertinggi di dunia, mencapai sekitar 30% dari total penduduk. E-commerce menjadi pel menarik bagi individu yang ingin terlibat dalam bisnis online. Shopee adalah aplikasi yang fokus pada transaksi jual-beli online yang dapat diakses dengan mudah melalui smartphone. Melalui aplikasia, Shopee menyederhanakan proses belanja online tanpa memerlukan komputer. Hanya dengan menggunakan smartphone, Shopee menyediakan berbagai macam produk, mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari.



Gambar 2. Foto Dengan Ibu Anis Dirumah Sedang Sosialisasi

D. Tahap Membuat Desain LOGO dan Label PACKAGING

8
 Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, branding dilakukan dengan merancang, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun reputasi. Branding ini bertujuan untuk menonjolkan produk dan membentuk citra merek dari produk yang dihasilkan. Dengan citra merek yang terbentuk, produk tersebut dapat memiliki karakteristik yang membedakannya dari produk sejenis dan dapat menarik minat konsumen. Pada tahap ini, penulis membuat desain untuk Pelaku Usaha berdasarkan petunjuk dan preferensi tertentu, termasuk masukan seperti gambar kaca mata. Penulis memberikan beberapa pilihan desain kepada Pelaku Usaha pada tahap ini :



Gambar 3. Desain Logo 1



Gambar 4. Mock Up Packaging Logo 1



Gambar 5. Desain LOGO 2



Gambar 6. Mockup Packaging Logo 2



Gambar 7. Desain logo 2

E. Tahap Realisasi Kegiatan

Berdasarkan jangka waktu yang telah ditetapkan, penulis menyusun rencana kegiatan yang akan dilaksanakan selama 3 minggu. Implementasi logo dan kemasan yang telah dipilih kemudian diterapkan dalam bisnis yang dimiliki oleh Ibu Anis. Kemasan memiliki peran penting dalam bisnis karena dapat meningkatkan daya tarik produk. Kemasan yang menarik dan estetik akan membuat produk terlihat lebih menarik daripada menggunakan kemasan yang sederhana seperti kantong kresek.



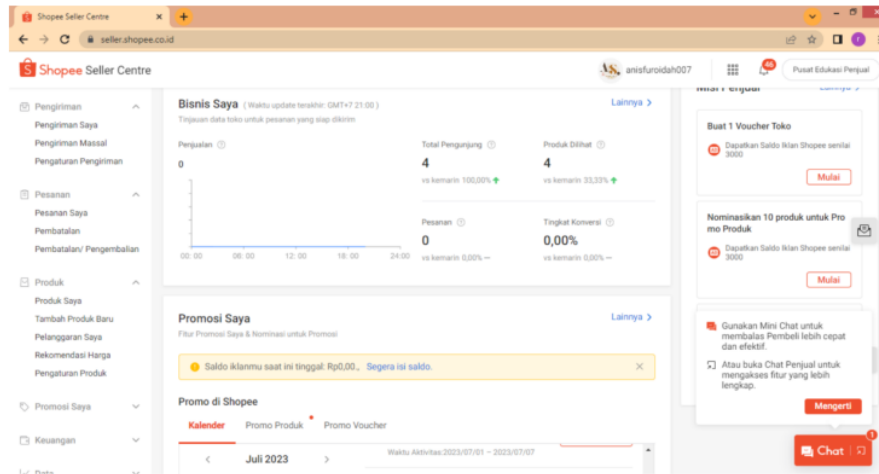
Gambar 8. Label & Packaging yang dipakai

Packaging adalah tahapan yang bertujuan untuk melindungi produk dan memberikan informasi mengenai produk yang dihasilkan oleh suatu merek kepada konsumen. Proses packaging memiliki tingkat penting yang sangat tinggi dan merupakan **suatu** kebutuhan pokok untuk semua produk. Artinya, tanpa packaging, produk tidak dapat disimpan atau dipindahkan **dari satu lokasi ke lokasi lainnya**. Selain itu, packaging **juga** mencerminkan identitas merek melalui produknya. Packaging juga mempermudah pemasaran produk, menjaga keamanan produk, dan menjaga kebersihan produk hingga sampai ke tangan konsumen.[5]

Logo yang telah dibuat oleh penulis juga diterapkan pada platform Shopee dan tercetak pada kemasan produk. Sesuai dengan tujuan awal penulis, yaitu untuk memperkenalkan Ibu Anis kepada platform Marketplace Shopee, keberhasilan dari program pengabdian masyarakat ini tidak hanya tergantung pada penyelesaian logo dan kemasan produk, tetapi juga dapat diukur dari kemampuan Ibu Anis dalam mengelola platform Marketplace tersebut. Ini mencakup pemilihan foto yang menarik untuk diposting, penulisan caption yang efektif, serta kemampuan untuk memposting produk dengan baik. Penulis juga sangat bersyukur jika Ibu Anis dapat melihat adanya penjualan yang terjadi melalui akun Shopee miliknya.



Gambar 9. Label & Packaging yang dipakai



Gambar 10. Profile Shopee Pakai Logo Yang Terpilih



Gambar 11. Menentukan Logo Dengan Bu Anis

F. Tahap Evaluasi Kegiatan Abdi Masyarakat

Kegiatan Abdi Masyarakat ini berlangsung selama periode 2 bulan, meliputi 3 kali pertemuan dan 2 minggu masa bimbingan atau praktik, dengan tujuan agar pemilik atau pelaku usaha memiliki kemampuan dalam menggunakan platform e-commerce Shopee. Selama periode pengabdian masyarakat tersebut, Ibu Anis selaku pemilik usaha menunjukkan minat dan partisipasi yang aktif. Ibu Anis bahkan mengusulkan untuk mengadakan pertemuan tambahan guna membahas Shopee, yang dirasakan masih asing baginya. Hal ini menunjukkan keinginan Ibu Anis untuk memahami Shopee secara lebih mendalam demi memantau kemajuan dan pemahaman yang telah dia

peroleh. Selain itu, Ibu Anis juga memberikan umpan balik positif dari beberapa pelanggan setelah implementasi logo, label, dan kemasan produk, serta terdapat peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan meskipun tidak signifikan. Untuk mengevaluasi dampak kegiatan Abdi Masyarakat sebelum dan sesudahnya, Ibu Anis diminta untuk memberikan kritik, saran, dan masukan kepada penulis mengenai pelaksanaan program tersebut.



Gambar 12. Hasil Cetak Packaging

VII. SIMPULAN

Program Abdi Masyarakat memberikan pelatihan dalam penggunaan platform e-commerce Shopee. Sebelumnya, pelaku usaha ini biasanya melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen, namun melalui program ini, Ibu Anis memperoleh pengalaman baru dalam berjualan melalui e-commerce. Implementasi logo dan label kemasan diperkirakan memberikan kesan yang lebih positif terhadap produknya, berdasarkan umpan balik dari pelanggannya. Namun, Ibu Anis mengakui mengalami kesulitan dalam menggunakan platform Shopee. Penulis meyakini bahwa ini mungkin disebabkan oleh kurangnya kebiasaan dalam menggunakan aplikasi e-commerce tersebut. Penulis sangat berharap agar Ibu Anis tetap konsisten dalam berjualan, dan dapat menemukan pasar yang lebih luas melalui platform Shopee ini. Semoga dengan waktu, kebiasaan Ibu Anis dalam mengelola platform online ini juga akan membantunya berkembang dalam platform online lainnya.

3

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa dan semua pihak yang terlibat dalam pengabdian masyarakat dan penulisan artikel ini. Khususnya terimakasih kepada Ibu Anis yang sudah menjadi narasumber dan berperan penting dalam membantu penelitian ini. Juga kepada Ahmad Thohar selaku rekan yang membantu terlaksananya kegiatan ini dengan baik melalui dukungan materi maupun immateri.

REFERENSI

- [1] H. Syari Harahap, N. Komala Dewi, E. Prawesti Ningrum, F. Ilmu Komunikasi, U. Bhayangkara Jakarta Raya, and F. Ekonomi dan Bisnis, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM," 2021.
- [2] Sutarman, "Keragaan dan Produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Pada Media Serbuk Gergaji dan Ampas Tebu Bersuplemen Dedak dan Tepung Jagung Variability and Production White Oyster Mushroom (*Pleurotus ostreatus*) on Sawdust Media and bagasse Supplemented by Rice Bran, and Corn Flour," *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, vol. 12, no. 3, pp. 163–168.
- [3] Rika Ratna Permata, "1133-Article Text-3093-1-10-20190510".
- [4] A. R. R. A. Sigit Hermawan, "Peningkatan_Pengetahuan_Dan_Ketrampilan".

- [5] A. H. Muzaqi, H. A. Yanuarita, S. Suwarno, and F. Hanum, "PENDAMPINGAN MASYARAKAT ADAPTASI KEHIDUPAN BARU DALAM MENCIPTAKAN KAWASAN TANGGUH BENCANA COVID-19 STUDI PADA FASILITAS UMUM KOTA KEDIRI," *Jurnal Abdi Masyarakat*, vol. 4, no. 1, pp. 43–51, 2020, doi: 10.30737/jaim.v4i1.1352.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	14%
2	www.researchgate.net Internet Source	1%
3	sientesa.tp.ub.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.umsida.ac.id Internet Source	1%
5	archive.umsida.ac.id Internet Source	1%
6	doaj.org Internet Source	<1%
7	Submitted to Universitas Kristen Duta Wacana Student Paper	<1%
8	123dok.com Internet Source	<1%
9	journal.untar.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On