

Halaman:
81 – 86

Tanggal penyerahan:
26 Juni 2022

Tanggal diterima:
31 Agustus 2022

Tanggal terbit:
31 Agustus 2022

Email:
1ayusrotun@gmail.com
2imrotulhasana49@gmail.com
3annisaulmuhlisoh@gmail.com
4dinamuzayyanah13@gmail.com

Jurnal Pengabdian Masyarakat dan aplikasi Teknologi (Adipati)

Pemberdayaan Keterampilan Desain Grafis Bagi Mahasantri untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Peluang Usaha Baru Berbasis E-marketing

Anis Yusrotun Nadhiroh^{1*}, Imroatul Hasanah², Annisaul Muhlisah³, dan Dina Muzzayanah⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Teknik Informatika, Universitas Nurul Jadid
Jl. PP Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur

Abstract

This community service activity is carried out to empower UKM 'Omah Shabby' and students with the aim of implementing digital marketing to increase the sales volume of student handicraft products at Nurul Jadid University. The expected goal of this activity is to train UKM 'Omah Shabby' and students with knowledge about the production of creative and innovative handmade, custom products, and home decor products. In addition, production is still done manually without the help of machines, so the amount of production is still limited which causes relatively high production costs. Marketing activities are also still lacking, which is done conventionally and has not implemented digital media such as websites or the internet. The method used in achieving the objectives in this study is a qualitative descriptive method with a comprehensive approach and effort in production training, marketing training, business management training, as well as assistance in the production of creative and innovative handmade, custom products and home-decor products. Activities carried out include counselling and training by means of direct demonstrations and using website applications to promote production.

Keywords: *training, skill, student, graphical, design, e-marketing*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberdayakan 'UKM Omah Shabby' dan mahasiswa dengan tujuan mengimplementasikan digital marketing untuk meningkatkan volume penjualan produk kerajinan mahasiswa Universitas Nurul Jadid. Tujuan yang diharapkan dari kegiatan ini adalah melatih 'UKM Omah Shabby' dan mahasiswa dengan pengetahuan tentang produksi dari ragam handmade, custom product, dan homedecor product yang kreatif dan inovatif. Selain itu, produksi masih dilakukan secara manual tanpa bantuan mesin, sehingga jumlah produksi masih terbatas yang menyebabkan ongkos produksi relative tinggi. Kegiatan pemasaran juga masih sangat kurang, di mana dilakukan secara konvensional dan belum menerapkan media digital seperti *website* atau internet. Metode yang digunakan dalam pencapaian tujuan pada studi ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan dan usaha komprehensif pada pelatihan produksi, pelatihan pemasaran, pelatihan manajemen usaha, serta pendampingan terhadap produksi dari ragam *handmade, custom product* dan *homedecor product* yang kreatif dan inovatif. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyuluhan dan pelatihan dengan cara demonstrasi langsung serta menggunakan aplikasi website dalam mempromosikan hasil produksi.

Kata kunci: *pelatihan, keterampilan, mahasiswa, UKM, desain grafis, e-marketing*

1. PENDAHULUAN

Media pemasaran secara elektronik telah banyak diterapkan oleh masyarakat untuk mendukung kegiatan jual beli dan penjualan produk, salah satunya melalui *digital marketing*. Para pelaku bisnis telah meninggalkan metode pemasaran konvensional dan mulai beralih ke metode pemasaran yang lebih modern. *Digital marketing* atau pemasaran secara digital memungkinkan penjual dan pembeli untuk dapat berkomunikasi dan bertransaksi setiap saat secara *real time*. Selain itu, produk yang dihasilkan juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan dapat mendunia. Semakin banyaknya pengguna media sosial semakin meningkatkan peluang bagi pelaku bisnis, khususnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk mengembangkan pasarnya dalam genggaman *smartphone*. Studi menyampaikan bahwa pada tahun 2016, sejumlah 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Mayoritas di antaranya menggunakan telepon genggam pintar atau *smartphone* yang cukup modern dalam menggunakan internet. Penggunaan internet juga dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan kegiatan pemasaran produk melalui *smartphone*. Komunikasi dan transaksi yang dilakukan di antaranya melalui telepon langsung, SMS, dan media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram*.

Pemasaran atau *marketing* adalah kegiatan utama yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran dapat dilakukan secara konvensional atau secara elektronik. *E-marketing* adalah proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan media elektronik, salah satunya melalui *website*. Promosi, iklan, komunikasi, transaksi, hingga pembayaran dapat dilakukan melalui halaman *website*. Pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi terkait produk atau layanan yang dipasarkan, di mana saja melalui komputer atau *smartphone* yang terhubung ke internet.

UKM sering menemui berbagai masalah, salah satunya menurunnya omset penjualan dan pendapatan usaha. Masalah ini umumnya terjadi karena aktivitas pemasaran masih dilakukan secara konvensional. Pemasaran digital memungkinkan para pelaku UKM untuk dapat meningkatkan omset penjualan, salah satunya melalui pemasaran *online*. Sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Maheswara, dkk (2016) di mana jumlah penjualan berpengaruh terhadap pendapatan UKM sektor perdagangan.

Mahasantri, yaitu santri yang berstatus sebagai mahasiswa di Universitas Nurul Jadi, salah satu kegiatan yang diikuti mahasiswa di asrama, termasuk kewirausahaan pembuatan desain yang diimplementasikan dalam bentuk tabung dan kayu sebagai hiasan dinding. Permasalahan yang dihadapi adalah minimnya strategi pengembangan usaha. Sistem pemasaran produk masih dilakukan secara manual dan masih mengandalkan media komunikasi interaksi secara langsung dengan konsumen. Kegiatan pemasaran produk masih berpusat pada lokasi tempat tertentu, seperti datang langsung ke tempat pengrajin atau ketika ada pameran. Calon pembeli seringkali kesulitan untuk mengakses berbagai kebutuhan informasi tentang produk dan harga terbaru. Selain itu, media promosi juga terbatas, hanya sedikit yang menggunakan teknologi informasi khususnya *website* untuk melakukan promosi. Dari permasalahan yang ada, dibutuhkan strategi pemasaran berbasis *online* yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas untuk mempermudah proses promosi dan penjualan produk kreasi mahasantri.

Seperti halnya yang dilakukan oleh UKM Omah Shabby dalam memasarkan hasil produk rumahnya, yang meliputi hiasan dinding dan tabung kue unik. UKM Omah Shabby selaku mitra menghendaki adanya pelatihan dan pendampingan agar dapat meningkatkan omset penjualan melalui pemasaran elektronik dan desain produk. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bekerjasama dengan mahasantri Fakultas Teknik Informatika, Universitas Nurul Jadid dan UKM Omah Shabby. Mahasantri adalah santri yang berstatus sebagai mahasiswa di Universitas Nurul Jadid yang bermukim di Pondok Pesantren Nurul Jadid. Permasalahan yang dihadapi mitra saat ini adalah faktor keterbatasan pengetahuan dan kemampuan sumber daya manusia dalam mempromosikan produk, meningkatkan penjualan, dan desain produk. Selama ini pemasaran hanya dilakukan di tingkat lokal yaitu di daerah Probolinggo. Untuk itu, UKM perlu diberdayakan melalui pelatihan tentang desain produk dan pelatihan penjualan secara *online* agar dapat meningkatkan pendapatan mitra yaitu UKM Omah Shabby.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di tempat usaha UKM Omah Shabby, Perum Sidodadi, Paiton yang bergerak di bidang usaha kecil pernak pernik hiasan rumah bertemakan *shabby*. Tim pelaksana terlebih dahulu memberikan pemahaman melalui penyampaian materi desain produk yang unik dan pentingnya pemasaran elektronik (*E-marketing*) untuk menambah omset penjualan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi pelaku usaha tersebut. Tim pelaksana menerapkan metode berupa: 1) pelatihan produksi, 2) pelatihan penerapan IPTEK tentang pemasaran elektronik (*e-marketing*), 3) pelatihan manajemen usaha, dan 4) pendampingan yaitu pertemuan

secara berkala dan berkelanjutan antara tim pelaksana sebagai pendamping dengan UKM Omah Shabby sehingga IPTEK pemasaran elektronik (*e-marketing*) yang diaplikasikan dapat dilakukan dengan efektif.

Metode Pelatihan Produksi

Tim pelaksana bersama mitra, dalam hal ini UKM Omah Shabby dan Mahasantri, merencanakan memberikan keterampilan produksi dari ragam *handmade*, *custom product*, dan *homedecor product*, akan tetapi keterampilan mendesain ini masih manual karena sedikitnya alat yang tersedia. Di samping modal yang tidak memadai, keterampilan produksi dengan alat yang lebih canggih belum banyak diminati.

Metode Pelatihan Pemasaran

Tim pelaksana bersama mitra memberikan bantuan dalam mengelola produksi yang berorientasi pada pesanan, bukan pada persediaan. Hal ini yang membuat lemahnya fungsi pemasaran. Kelompok usaha tidak mempunyai strategi pemasaran karena perencanaan bisnis belum disusun dengan baik.

Metode Pelatihan Manajemen Usaha

Tim pelaksana bersama mitra, dalam hal ini UKM Omah Shabby dan Mahasantri, memberikan pelatihan bagaimana mengelola keuangan dan pembukuan yang berstandar UMKM. Saat ini, laporan hanya disusun dalam bentuk laporan kas. Gaji pekerja diberikan per proyek produksi. Sehingga, belum ada manajemen pembiayaan yang baik.

Metode Pendampingan

Tim pelaksana bersama mitra memberikan pendampingan untuk mendapatkan bahan yang berkualitas dengan cara memberikan contoh serta penerapan penggunaan bahan baku demi kelancaran produksi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Solusi yang Ditawarkan

Kerajinan dan keterampilan produksi mitra dari ragam *handmade*, *custom product*, dan *homedecor product* perlu segera diatasi sebagai salah satu solusi pengembangan UKM. Tim pelaksana pengabdian berupaya memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi UKM Omah Shabby dan Mahasantri, beberapa solusi yang diberikan antara lain sebagai berikut :

1. Memberikan keterampilan produksi dari ragam *handmade*, *custom product*, dan *homedecor*. Keterampilan desain yang dimiliki pekerja masih terbatas dan dilakukan secara manual. Hal ini dikarenakan terbatasnya alat-alat desain dan produksi yang tersedia. Oleh karena itu, perlu dilakukan hibah peralatan untuk kegiatan produksi.
2. Memberikan bantuan dalam mengelola produksi yang berorientasi pada pesanan bukan pada persediaan, yang menyebabkan lemahnya fungsi pemasaran.
3. Memberikan pelatihan bagaimana manajemen keuangan yang belum memenuhi standart akuntansi, menjadi paling tidak berstandar UMKM.

Target Luaran

Target yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatkan jumlah konsumen UKM Omah Shabby dan Mahasantri, di mana sejauh ini masih menggunakan peralatan manual, yang menyebabkan hasil produksi sedikit dan harga yang mahal serta pemasaran yang kurang menyebabkan sedikitnya jumlah konsumen produk jika dibandingkan dengan produk lain yang sudah berkembang. Berdasarkan target tersebut, maka luaran dari kegiatan ini tentunya memiliki luaran sebagai wujud penerapan. Adapun luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah berupa:

1. Meningkatkan motivasi dalam produksi dari ragam buatan tangan (*handmade*), *custom product*, dan *homedecor* yang inovatif dan kreatif.
2. Memberikan keterampilan dalam penggunaan media *internet* untuk mempunyai product berupa strategi pemasaran yang proaktif.
3. Membuka peluang lapangan kerja untuk diri sendiri dan orang lain.

4. Membangun jiwa kewirausahaan bagi Mahasantri Nurul Jadid .

Penyuluhan dan Pembuatan Desain Produk

Kegiatan penyuluhan dan praktik keterampilan desain grafis berbasis *E-marketing* bagi mahasantri dan UKM Omah Shabby di bidang usaha kecil pernak-pernik hiasan rumah dapat meningkatkan pemahaman dan *skill* mahasantri. Selama ini, sistem pemasaran produk masih dilakukan manual. Dengan adanya *skill* baru yang diperoleh, diharapkan UKM Omah Shabby dan wirausaha baru bagi mahasantri dapat memasarkan jasa penjualan produk secara *online* sehingga mampu menambah kesejahteraan ekonomi usaha rumahan. Hasil pelatihan desain grafis mahasantri dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Tabung Inovatif



Gambar 2 Hiasan Dinding

Pelatihan Penerapan IPTEK tentang Pemasaran Elektronik (*E-Marketing*)

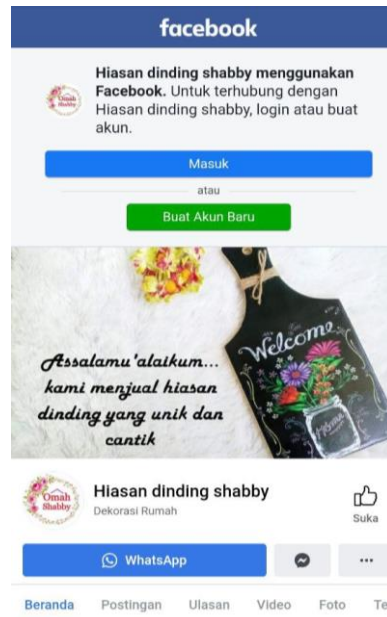
Kegiatan penerapan IPTEK dilakukan dengan membuat media sosial sebagai media informasi dan komunikasi dan sebagai sarana kegiatan pemasaran hasil produk. Adapun dokumentasi tangkapan layar dari laman Facebook dan Instagram ditunjukkan pada Gambar 3 dan Gambar 4.

Pendampingan

Setelah melaksanakan kegiatan, ternyata 100% mitra kerja dapat membuat produk tabung unik, hiasan dinding, gantungan kunci dengan baik yaitu secara fisik dan hasil menarik, sehingga dapat dikembangkan sebagai produk menarik dan bernilai jual. Tabel 1 menunjukkan produk yang dihasilkan oleh UKM Omah Shabby yang menarik, dapat dikembangkan, dan bernilai jual.

Tabel 1. Produk yang Dihasilkan oleh UKM Omah Shabby

Dapat dikembangkan?	Tabung Unik	Hiasan Dinding	<i>Gantungan Kunci</i>
Ya	40	39	40
Tidak	0	1	0
Jumlah	40	40	40



Gambar 3. Halaman Facebook untuk Pemasaran Elektronik UKM Omah Shabby.



Gambar 4. Homepage Instagram untuk Pemasaran Elektronik UKM Omah Shabby.

4. KESIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, UKM Omah Shabby dapat meningkatkan volume penjualan produknya dengan penerapan media pemasaran elektronik (E-marketing) yaitu melalui sosial media Facebook dan Instagram. UKM Omah Shabby selaku mitra pengabdian masyarakat dapat memproduksi

aneka produk kreatif dan inovatif meliputi kategori *handmade*, *custom product*, dan *homedecor*. Adapun produk yang dihasilkan termasuk tabung unik, hiasan dinding, dan gantungan kunci. UKM Omah Shabby juga diberikan keterampilan untuk melakukan pengemasan produk yang menarik. Produk kerajinan *shabby* yang dihasilkan melalui kegiatan pelatihan menarik dan dapat dikembangkan. Ke depannya, perlu dilakukan pelatihan yang lebih intensif untuk lebih banyak memberikan informasi terbaru mengenai produk *shabby* produksi UKM Omah Shabby. Dengan media sosial yang ada, komunikasi dengan para pelanggan dan pemasok dapat dilakukan secara lebih intensif dan efektif. Media sosial memungkinkan penjual dan pembeli untuk dapat berkomunikasi langsung secara *real time*.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan penulis kepada LP3M Universitas Nurul Jadid dan pihak-pihak yang membantu terlaksananya pengabdian masyarakat sehingga berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Risa Ratna Gumilang, 2019, Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri, Jurnal Ilmiah Manajemen, E-ISSN : 2615-4978,P-ISSN : 2066-4620. Vol 10. No.1 Maret.
- Djoko Santoso,Indarto,Aprih Santoso, 2019, Pelatihan Pemasaran Elektronik Bagi Usaha Kecil Difabel (*E-marketing Training For Diffable Small Business*) Jurnal BUDIMAS, Vol.01, No 01
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2014, Principles of Marketing, 10th Edition, Pearson Education Inc. Upper Saddle River,New Jersey.
- Kartika H, Bambang. 2013, WeChat, Social Messaging dengan Fitur Kaya Multimedia.
- Katawetawaraks, C. & Cheng, L. W. (2014). Online shopper behavior: Influences of online shopping decision. Asian Journal of Business Research.
- McLeod, Raymond dan George Schell, 2010, Management Information Systems, 8th Edition,Prentice Hall, Newn Jersey. Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis, Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Jonathan Sarwono, K. Prihartono Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet, 2015, Elex media Komputindo, Jakarta.
- Justin G. Longenecker, dkk., Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil, 2013, Salemba Empat, Jakarta.
- Safko, Lon and David K.Brake 2016. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success, John Wiley & Sons: New Jersey.
- Strauss, Judy dan Raymond Frost, 2014, *E-marketing*, 5th Edition, Prentice-Hall, Inc.,Upper Saddle, New Jersey.
- Turban, Efraim, R.Kelly Jr. Rainer dan Richard E.Potter, 2013, Introduction To Information Technology, 3rd Edition, John Wiley & Sons, Inc., New York.