

SARANA PUBLIKASI DAN MEDIA PROMOSI PRODUK KREATIFITAS SISWA MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* PADA SMK GADING REJO KABUPATEN PESAWARAN

Eka Travilta Oktaria¹, Yodhi Yuniarthe², Hairudin³, Tyas D Wengrum⁴, Nisaul Khoiriah⁵, Ira Adelita⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Mitra Indonesia, Bandar Lampung, Indonesia

Email: ekatravilta@umitra.ac.id¹, yodhi@umitra.ac.id², Khairuddinkusman1@gmail.com³, tyaswengrum@umitra.ac.id⁴, nisakhoir0898@gmail.com⁵, iraadelita.student@umitra.ac.id⁶

Abstrak: Sekolah merupakan suatu tempat pembelajaran siswa menuju dunia kerja khususnya bagi SMK Gading Rejo dimana saat ini dituntut untuk dapat siap di dunia kerja dengan berbagai kompetensi yang dimiliki. Dari kompetensi keahlian tersebut tentunya mampu menghasilkan suatu desain produk yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. Saat ini semua bidang kehidupan sangat tergantung dengan penguasaan teknologi informasi disemua level pekerjaan. Kendala saat ini masih kurang optimalnya pengetahuan dan kemampuan siswa dalam pengembangan desain atau produk berbasis teknologi informasi salah satunya adalah peningkatan pengetahuan bidang e-commerce. Dari permasalahan tersebut maka tim pengabdian kepada masyarakat dari Fakultas Bisnis Universitas Mitra Indonesia mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam membuat *e-commerce* berbasis website serta pemanfaatan *e-commerce* secara efektif sebagai sarana publikasi dan media. Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan kemampuan, keahlian dan pengetahuan dalam pembuatan dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai sarana publikasi dan media promosi.

Kata kunci : *desain, produk, e-commerce, web*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini menuntut adanya perubahan perilaku di sosial masyarakat dari Tindakan yang sebelumnya konvensional yang semua tergantung dengan waktu, jarak dan sumber daya alam yang ada. Konsep pemasaran, promosi produk saat ini melibatkan penggunaan teknologi digital. Perkembangan digital saat ini mengharuskan semua sumber daya manusia (SDM) untuk ikut serta melakukan perubahan pemahaman dan menguasai kompetensi unggul bidang teknologi digital. Menurut Dedy dkk dengan semakin maraknya media pemasaran online maka jika tetap bertahan dengan pemasaran secara manual atau pelanggan harus datang ke toko akan mengakibatkan penurunan penjualan dan akan tertinggal dengan toko lain yang sudah melaksanakan pemasaran secara online (Dedy irawan et al., 2019). Teknologi saat ini yang digunakan dalam bidang pemasaran produk adalah media e-commerce yang mampu

menjangkau semua bidang dan kalangan tidak terbatas. Sistem yang terkomputerisasi dan penggunaan e-commerce mampu meningkatkan efektifitas dan efisensi perusahaan (Puspita Sari et al., 2020). E-Commerce merupakan cara bagi seorang konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan secara online, E-Commerce adalah sebuah penjualan barang secara langsung dan dipromosikan menggunakan internet, baik untuk konsumen (Bisnis to Conusmen) maupun untuk bisnis (Bisnis to Bisnis) (Alfiah et al., n.d.). Banyak keuntungan yang di dapat dengan adanya e-commerce dalam proses pemasaran suatu produk (Susandi & Sukisno, 2017). Electronic commerce adalah salah satu bagian yang paling terpenting dari internet akhir- akhir. Saat ini dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan internet di indonesia, telah memiliki dampak yang besar terhadap perubahan bisnis. Yaitu mulai dari cara beriklan, cara jual beli, cara berinteraksi antar manusia, dan sebagainya (Haryanti & Irianto, 2003). Penjualan online mampu meningkatkan penjualan masyarakat (Robert & Brown, 2004). Penggunaan media website dan e-commerce diharapkan mampu menjadi inovasi pengembangan kompetensi yang dimiliki siswa SMK Gading Rejo sehingga dapat diimplementasikan kepada masyarakat atau penggiat UMKM dan kebermanfaatannya e-commerce tersebut dirasakan oleh pemilik usaha.

2. Identifikasi Masalah

Dengan perkembangan teknologi digital yang melingkupi semua aspek kehidupan menuntut SDM yang mampu menjawab tantangan perkembangan tersebut. Konsep dan model konvensional sudah ditinggalkan oleh pelaku usaha dalam kegiatan operasional bisnisnya. Masih belum optimalnya pemahaman siswa terkait dengan konsep dan desain teknologi digital dalam hal ini media e-commerce.

3. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di SMK Gading Rejo dengan dihadiri para siswa sekolah tersebut. Dalam pelaksanaan program ini, Terdapat 2 tahapan, yang pertama penjabaran dari pengetahuan konsep desain serta faktor manajemen pengelolaannya dan yang kedua penjabaran terkait dengan e-commerce dalam dunia usaha. PKM ini dilakukan dengan menggunakan metode secara offline atau tatap muka secara langsung.

1. pengetahuan konsep desain serta faktor manajemen pengelolaannya

Siswa diberikan pengetahuan terkait pentingnya konsep desain yang baik, yang menjual serta manajemen pengelolaannya sehingga desain produk yang dihasilkan akan sesuai standar dan mampu menjadi daya tarik pemasaran adalah Eka Travilta Oktaria.,MM dan Haerudin.,MM.

2. Mempraktekkan konsep desain kedalam model e-commerce:

Siswa melakukan praktek mendesain tampilan e-commerce suatu produk usaha UMKM dengan pematernya adalah Yodhi Yuniarthe.,M.Kom.

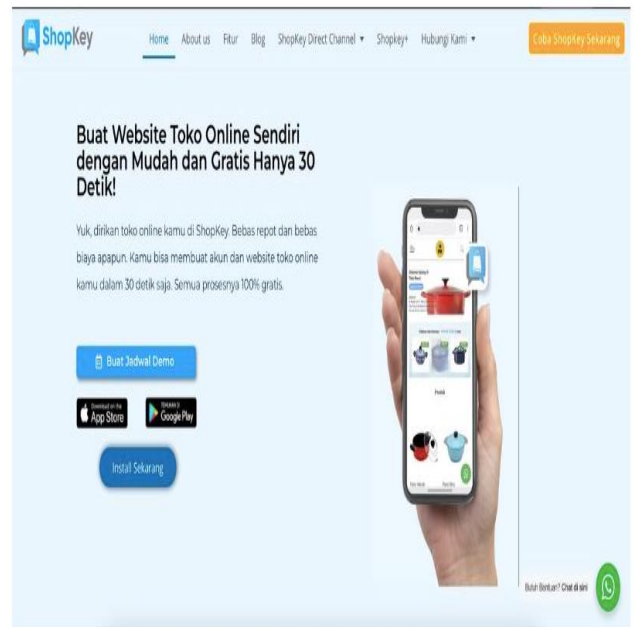
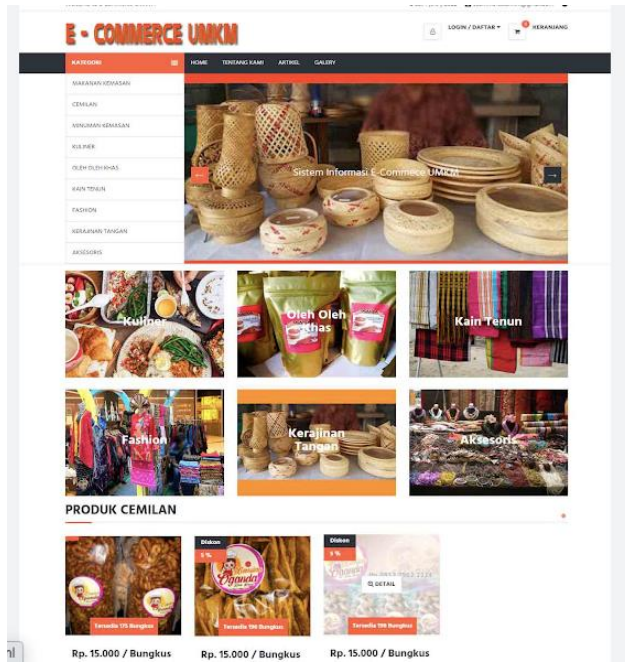


Gambar 1. Diagram Alir Pengabdian

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan yang dilakukan dalam penjabaran konsep dan desain produk UMKM disampaikan secara tatap muka. Kegiatan ini memberikan kontribusi kepada siswa guna meningkatkan bidang kompetensi keilmuan terkait dengan teknologi digital yang nantinya mampu memberikan solusi bagi masyarakat pelaku usaha. Kegiatan ini melibatkan siswa SMK serta dalam pelaksanaannya dibantu oleh guru sekolah tersebut. Kegiatan PKM ini berfokus kepada pola desain suatu produk yang akan dilakukan pemasaran menggunakan media website. Dengan demikian, sistem informasi berbasis website sangat dibutuhkan, sehingga dapat diolah perusahaan untuk memasarkan barang sebagaimana kebutuhan produk yang diperlukan oleh konsumen. Integrasi dan koordinasi merupakan elemen penting untuk melakukan upaya sinkronisasi proses penjualan perusahaan sehingga bila semuanya dilakukan dengan baik maka efisiensi biaya akan diperoleh dan menguntungkan bagi perusahaan (Anggraini et al., 2020).

Oleh karena itu, dengan adanya kegiatan ini memberikan manfaat bagi para siswa guna memahami pentingnya penggunaan teknologi yang efektif, efisien dan juga menarik, karena akan memberikan nilai jual yang tinggi untuk produk UMKM. Karena bagi konsumen, hal yang pertama dilihat adalah *interface* atau tampilan awal web e-commerce. Jadi dengan *interface* yang menarik dan *user friendly* akan memberikan pertimbangan untuk konsumen membeli produk tersebut. Dalam kegiatan ini, *tools* yang digunakan dalam melakukan konsep desain adalah menggunakan PHP dan MySQL untuk databasenya. Diberikan beberapa contoh konsep e-commerce antara lain :



Gambar 2. Contoh e-commerce dan *tools* pendukung

A. Realisasi Kegiatan Abdimas

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang teknologi digital ini dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2022 di SMK Gading Rejo Kabupaten Pesawaran. Kegiatan ini pula bertujuan guna meningkatkan kesadaran bagi para siswa dan sekolah mengenai pentingnya penguasaan teknologi digital yang saat ini sangat dibutuhkan oleh kalangan pelaku usaha guna melakukan proses pengenalan serta pemasaran produk yang sesuai standar pasar.

Adapun hasil dari kegiatan ini yaitu memberikan pemaparan mengenai materi desain, pentingnya desain produk, manfaat desain produk, pemilihan *tools* yang mudah digunakan (*user friendly*), Detail kegiatan ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3. Pelatihan Sarana Publikasi dan Media Promosi Bagi Siswa

Gambar 3 merupakan pelatihan yang dilakukan oleh dosen dan siswa serta melibatkan mahasiswa dalam kegiatan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan sangat antusiasnya para siswa yang telah hadir mengikuti pelatihan ini.

Fungsi dari E-Commerce memudahkan bisnis *online* untuk meluaskan jangkauan tanpa terbatas oleh area geografis. Cara ini akan menawarkan produk dan layanan kepada pelanggan di seluruh dunia, terlepas dari jarak dan zona waktu.

Motif pelaku usaha dalam menerapkan e-commerce adalah: Mengakses Pasar global, mempromosikan produk, membangun merk, mendekatkan dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan, dan dalam rangka memuaskan pelanggan. Sedangkan manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha ketika menerapkan e-commerce adalah: meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan, sebagai sarana promosi, dan dapat memperluas bisnis (Saing & Alwendi, 2020)

B. Manfaat membuat media web e-commerce yang aman dan menarik

E-commerce packaging memiliki manfaat seperti : (Elfizon et al., 2020)

1. Penjualan Global Dengan adanya E-commerce memungkinkan sebuah perusahaan atau pemilik usaha untuk dapat menjual produk yang mereka buat kepada konsumen yang lebih banyak dikarenakan sifat dari web itu sendiri. Dengan kata lain, perusahaan dapat mencakup pasar yang lebih luas. Contoh: perusahaan sepatu yang ada di Amerika ataupun Australia dapat menjual produknya di Indonesia tanpa harus membuka toko baru di Indonesia.
2. Pengurangan Infrastruktur Perusahaan Dengan adanya e-commerce, perusahaan atau pemilik usaha tidak perlu membuka banyak cabang penjualan ataupun distribusi (akan tetapi dalam beberapa kasus, banyak e-commerce yang tetap membuka gudang penyimpanan ataupun produksi di berbagai negara untuk mempermudah konsumen dalam shipping barang).
3. Pengurangan Biaya Perusahaan/ Meningkatkan Keuntungan Bersih Dengan adanya E-commerce, pemilik usaha atau perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang berlebih dalam menyediakan banyak toko atau gedung serta pegawai yang banyak. Hal ini akan meningkatkan keuntungan dengan menurunkan biaya operasional perusahaan.
4. Pengurangan Harga Produk Dengan adanya e-commerce, harga barang dapat ditekan semurah mungkin dikarenakan akumulasi dari beberapa manfaat diatas, sehingga konsumen lebih tertarik membeli dan jangkauan juga semakin luas dari berbagai lapisan masyarakat.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian mengenai edukasi pencapaian target penjualan pengrajin noken papua di distrik abepura kota Jayapura diperoleh kesimpulan :

- 1) Penerimaan usaha pengrajin noken di distrik abepura kota jayapura cukup besar namun jika dilihat dari segi individu bervariasi dan sangat bergantung dari banyaknya permintaan pelanggan.

- 2) Usaha pengrajin noken di Distrik Abepura Kota Jayapura menguntungkan dan layak di jadikan sebagai mata pencarian masyarakat setempat karena dari tabel 1.3 menunjukkan bahwa rata-rata pengrajin usaha noken mempunyai penghasilan yang cukup besar dalam penjualan noken.
- 3) Pendampingan pencapaian target penjualan noken mama – mama papua dapat memahami sederhana perhitungan penjualan, penerimaan bersih dan keuntungan atas jualan nokennya, yang dikelompokkan sesuai jenis-jenisnya.

Saran

- 1) Untuk meningkatkan produksi dan penerimaan usaha noken maka perlu ditunjang oleh adanya dukungan dari berbagai faktor-faktor produksi terutama modal yang cukup karena faktor modal ini sangat signifikan pada peningkatan produksi dibanding variabel lainnya.
- 2) Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan jumlah bantuan berupa modal usaha untuk program untuk serta memberikan kontrol terhadap harga bahan baku seperti benang dan kulit kayu yang semakin mahal, agar dapat meningkatkan hasil produksi usaha noken.
- 3) Hendaknya pihak pengrajin lebih memperhatikan mengenai pentingnya memperhatikan biaya faktor-faktor produksi secara efisien dan efektif, agar penerimaan yang di peroleh dapat lebih ditingkatkan atau seimbang dengan
- 4) Perlu sering dilakukan kegiatan pendampingan pengabdian yang rutin, sehingga mama-mama pengrajin dan penjual noken menjadi terbiasa dalam menghitung pencatatan/ pembukuan sederhana hasil penjualannya.

Referensi

- Udiana Ni Wayan Pradnya Paramitha,(2017), Analisis Pendapatan Pengrajin Perhiasan Di Desa Celuk
- Riswanti Purwi,(2016), Analisis Pendapatan Usaha Kerajinan Rotan Di Kabupaten Indragiri Hulu
- Andriani, Shadry (2019), Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Meubel Di Kecamatan Manggala Kota Makassar
- Kompas Com, 25 April 2020,17 ; Noken, Tas Tradisional Khas Papua Yang Diakui UNESCO
- WWW.Aldp-Papua.Com/ Noken-Jati- Dari- Dan -Identitas-Orang_Papua.Com
- Wirasa SMITA, Rivai (2013) Kamus Lengkap Ekonomi,
- Sukirno,S,.2016 Makroekonomi Teori Pengantar Ilmu Ekonomi,Penerbit PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sugiyono, (2016) ; Bukunya Tentang Metode Penelitian Kuantitatif
- Arini, (2015) :Tentang Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Dan Belanja Tidak Langsung Terhadap Kemiskinan Melalui Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Bali Tahun 2007-2013