

PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN PRODUK SANDAL KARAKTER ANAK-ANAK

Meylanie Olivya¹⁾, Irmawati¹⁾, Rini Nur¹⁾, Zawiyah Saharuna¹⁾, Eddy Tungadi¹⁾
¹⁾ Dosen Jurusan Teknik Elektro Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

This community service activity aims to strengthen the purchasing power of children's Character Slippers products through the implementation of mobile-based E-Commerce and mentoring their use using information technology in UMKM Ditaqila Kids, thereby increasing economic independence through children's character slippers, especially in utilization skills information technology and the internet in marketing activities globally. The issues raised are increasing sales, marketing, product ordering from consumers and improving management (organizer) ordering products with the implementation of information technology. The solution offered is the use of mobile-based e-Commerce applications. Application of applications to partners through knowledge transfer activities through partner training and assistance in using e-commerce applications. The implementation of activities with mentoring methods, including Focus Group Discussion (FGD) to establish openness, trust, and understand the perceptions, attitudes, and experiences and problems that MSMEs have in marketing through the internet. Then proceed to mentoring namely counseling and e-Commerce usage training which includes advertising design, uploading ad content in e-Commerce applications, and organizer of customer orders through e-Commerce.

Keywords: *e-commerce usage training, marketing children's character slippers*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. UMKM memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru. Di samping itu, UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. UMKM ini perlu perhatian yang khusus dan di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Jumlah UMKM di Kota Makassar hingga tahun 2015 adalah 118.473. Pada tahun 2016, Usaha Kecil, Menengah dan Besar yang berkembang di Kota Makassar semakin memberikan peran dan kontribusi yang positif dalam perekonomian Kota Makassar, dan secara perlahan tumbuh kembali.

Usaha Kecil yang tumbuh mencapai 8.592 unit dengan menyerap tenaga kerja sebesar 15.508 dengan serapan investasi Rp.123.975.890.043,- lebih dengan total omzet sebesar Rp.206.167.739.515,- sedangkan Usaha Menengah mencapai 2.339 unit. Krisis ekonomi yang melanda Indonesia berdampak pula pada perkembangan usaha ekonomi di Kota Makassar yang mengakibatkan jumlah unit usaha menyusut secara drastis sehingga dampak tersebut masih berlangsung sampai sekarang. Jumlah unit Usaha Mikro sebanyak 5.497 unit dengan serapan tenaga kerja sebanyak 9.368 orang dengan total investasi Rp.29.582.515.009,- dengan nilai omzet sebesar Rp.206.167.739.519,- (Renstra Dinas Koperasi dan UKM Makassar, 2017).

Salah satu usaha mikro yang sedang tumbuh dan berkembang di Makassar adalah Ditaqila Kids yang memproduksi sandal karakter bagi anak-anak. Di awal berdirinya, yaitu pada tahun 2014 sampai sekarang hanya memiliki dua karyawan.

Sandal karakter yang diproduksi mengambil karakter-karakter dari film kartun yang disukai oleh anak-anak.

Hasil wawancara diketahui bahwa Ditaqila Kids pertama kali menjajakan produknya di emperan di pasar Selokan di Jalan Harimau di Makassar. Kemudian di tahun 2015, mulai menjajakan produknya di GOR Daya. Mulai tahun 2017, Ditaqila Kids mulai memasarkan produknya melalui toko-toko yang ada di Makassar.

Dari hasil wawancara diketahui pula bahwa produksi sandal karakter tersebut cenderung bergantung pada permintaan pasar lokal karena keterbatasan kemampuan dalam melakukan pemasaran secara nasional melalui teknologi internet. Hal ini menurut pemilik Ditaqila Kids merupakan masalah utama untuk memperluas penjualan secara nasional. Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh Ditaqila Kids adalah sering

¹ Korespondensi penulis: Meylanie Olivya, Telp0811413355, meylanie@poliupg.ac.id

terjadi kesalahpahaman terhadap pesanan dari konsumen luar kota atau daerah. Hal tersebut dikarenakan alat komunikasi yang digunakan masih via HP dan layanan sosial media seperti BBM, sehingga konsumen tidak mendapat informasi yang akurat dan terbaru mengenai model dan harga. Menggunakan HP dan BBM memiliki kelemahan yaitu tidak dapat menampung gambar secara variasi dalam jumlah besar, update informasi dilakukan secara parsial, sehingga menyita waktu bagi pengusaha. Masalah lainnya adalah tidak ada alat bantu untuk mengorganisir pesanan dari konsumen secara otomatis, sehingga konsumen bisa mengetahui barang yang berstatus ready stock atau berstatus not ready stock dan dapat diakses oleh pelanggan di manapun dan kapanpun. Tidak adanya media pemasaran yang secara cepat dapat menyebarkan informasi produk Ditaqila Kids terbaru, sehingga mengakibatkan UMKM tersebut kurang berkembang.

Peluang pemasaran secara nasional saat ini tidak diimbangi dengan keterampilan mitra dalam memanfaatkan teknologi internet untuk melakukan pemasaran produknya secara global melalui internet. Dengan melakukan pemasaran melalui internet, misalnya melalui aplikasi ecommerce berbasis mobile, maka UMKM diharapkan dapat merebut pasar. E-Commerce berbasis mobile akan menjadi solusi dari masalah di atas dan menguntungkan konsumen (Nugrahani,2011). Namun, terdapat masalah lainnya dalam implementasi E-Commerce yaitu keterampilan mitra dalam mengelola aplikasi tersebut, maka solusinya adalah perlu dilakukan pelatihan kepada mitra agar dapat menggunakan dan merawat aplikasi E-Commerce tersebut.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka solusi yang disetujui sebagai solusi yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan penggunaan beberapa aplikasi eCommerce berbasis mobile, yaitu Lazada, Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Aplikasi ini diketahui memiliki kemampuan mengorganisir pesanan konsumen dengan menampilkan status setiap barang.
2. Memberikan pelatihan mengedit foto, agar foto produk yang akan dimasukkan ke dalam E-Commerce tampak menarik.

Terdapat tiga tahap pelaksanaan kegiatan, mulai dari tahap perancangan sampai dengan pelaksanaan pelatihan. Adapun tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

a. Tahap Perancangan

Pemberian pelatihan dilakukan berdasarkan analisis kebutuhan pelatihan maupun terhadap latar belakang mitra dan kondisi lingkungan daerah setempat. Dalam hal ini, untuk memperoleh informasi tersebut, akan dilakukan 452urvey terhadap kedua hal tersebut.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan pelatihan akan dilakukan secara bertahap yang setiap tahapan akan disertai evaluasi. Karyawan mitra akan dibekali workshop menggunakan aplikasi e-Commerce, transfer knowledge kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, meliputi pembuatan iklan produk, upload data produk baru, dan perawatan aplikasi e-Commerce. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 1 kali pertemuan per minggu selama 3 bulan. Target dari fase ini adalah mitra mampu menggunakan ecommerce tanpa pendampingan lagi. Pada tabel 1 menunjukkan kegiatan dan durasi waktu yang akan dilakukan pada saat pelatihan.

Tabel 1. Kegiatan dan durasi waktu pelaksanaan pelatihan

Kegiatan	Durasi Waktu (pertemuan)
- Internet Marketing	- 1 kali
- Pelatihan mengedit foto	- 1 kali
- Aplikasi e-Commerce dan pembuatan akun	- 1 kali
- Pelatihan membuat iklan produk	- 2 kali
- Pelatihan menanggapi pelanggan	- 1 kali

b. Kegiatan Survei dan Persiapan

Kegiatan survei meliputi koordinasi antar sesama anggota tim pengabdian dan mitra. Koordinasi dengan tim pengabdian, dilakukan melalui aplikasi chat. Sedangkan koordinasi dengan mitra melalui komunikasi suara melalui jaringan telepon seluler dan survei ke lokasi kegiatan. Sebelum pelaksanaan kegiatan, dilakukan survei sinyal untuk komunikasi data terbaik pada lokasi mitra dengan membawa beberapa

jenis dan tipe modem dengan kartu seluler dari berbagai operator. Persiapan pelatihan kemudian akan dilakukan secara online, sehingga dapat dipastikan bahwa mitra sudah siap dengan peralatan smartphone dengan spesifikasi yang akan digunakan pada saat pelaksanaan pelatihan.

c. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini, dilaksanakan kegiatan pelatihan. Adapun materi pelatihan yang akan dilaksanakan ditunjukkan pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Materi pelatihan

No.	Materi	Tujuan
1	Internet Marketing	Perubahan pola pikir mitra mengenai alternatif pemasaran melalui internet
2	Mengedit foto	Mitra dapat membuat foto produk yang menarik
3	Membuat akun	Mitra dapat membuat akun pada aplikasi e-Commerce
4	Membuat iklan produk	Mitra dapat membuat iklan produk sendiri dan mampu mengunggah iklan tersebut ke aplikasi e-Commerce.
5	Menanggapi pelanggan	Mitra dapat dengan terampil melakukan respon baik penjualan maupun layanan pesanan model sesuai kehendak konsumen melalui E-Commerce

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

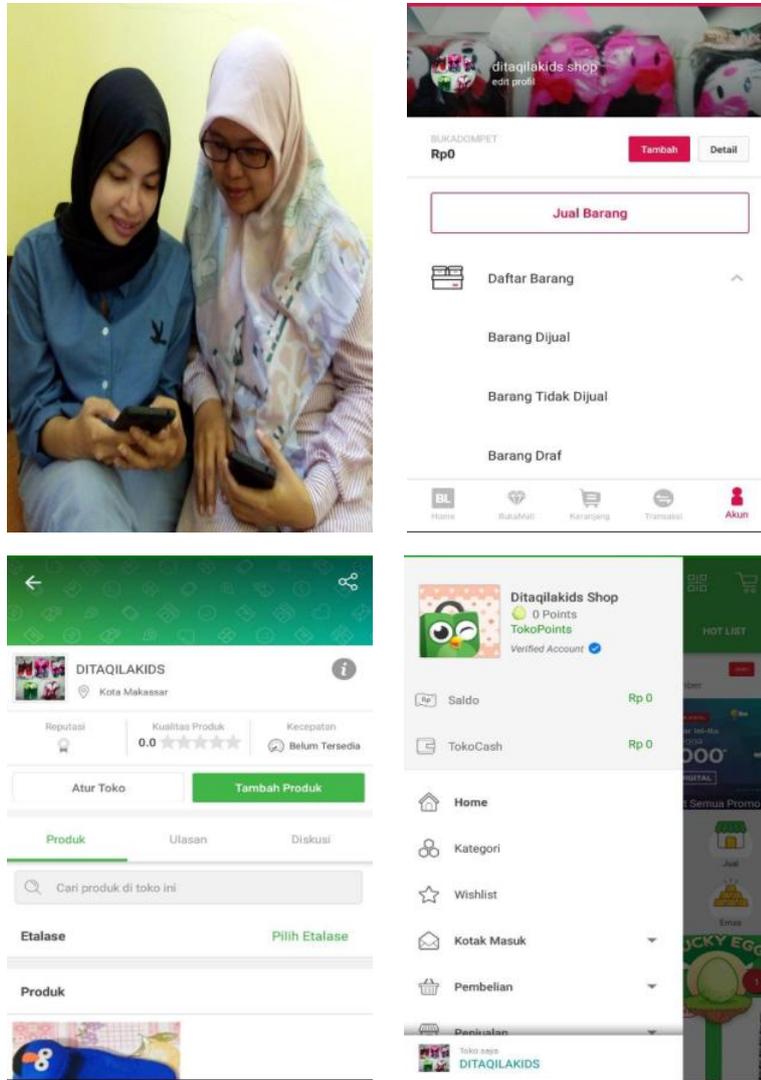
Pada pelaksanaan kegiatan, materi pertama yang diberikan adalah Internet Marketing. Dalam materi tersebut, diberikan pemaparan mengenai alternatif pemasaran melalui Internet yaitu e-Commerce. Penjabaran mengenai jenis-jenis e-Commerce juga diberikan, sehingga mitra dapat melihat peluang pemasaran yang lebih luas. Walaupun demikian, penjelasan mengenai e-Commerce dalam bentuk aplikasi mobile, lebih ditekankan. Dalam hal ini, diberikan pula penjelasan mengenai contoh-contoh aplikasi e-Commerce yang sudah ada yaitu Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.

Materi berikutnya adalah cara mengedit foto. Tujuan dari pemberian materi ini adalah mitra dapat membuat foto produk yang menarik dengan bantuan beberapa aplikasi yang terdapat pada Smartphone. Pada pelatihan ini, mitra dilatih untuk menggunakan aplikasi Camera pada Smartphone dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia. Setelah itu, mitra juga dilatih menggunakan beberapa aplikasi edit foto. Aplikasi edit foto tersebut dapat diunduh dengan gratis pada Play Store di Smartphone Android. Foto-foto kegiatan mulai dari pemberian materi Internet Marketing sampai dengan pelatihan pengeditan foto ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Foto-foto kegiatan pemberian materi Internet Marketing dan pelatihan edit foto produk

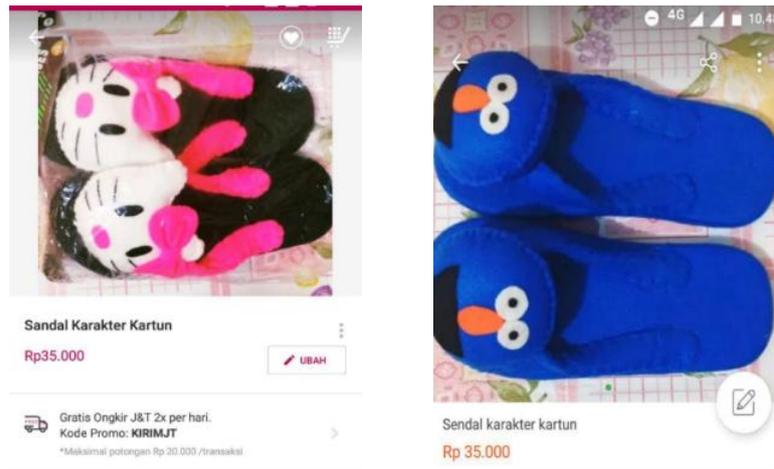
Materi berikutnya yang diberikan adalah pengenalan aplikasi e-Commerce dan pembuatan akun. Pada materi ini, mitra dikenalkan pada tiga aplikasi e-Commerce yaitu Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Dalam hal ini, mitra diberikan waktu untuk menjejal ketiga aplikasi tersebut, sehingga mitra dapat mengenali fitur-fiturnya. Setelah itu, mitra pun dilatih untuk membuat akun pada ketiga aplikasi tersebut. Gambar 3 berikut ini menunjukkan foto-foto pembuatan akun pada aplikasi e-Commerce yang telah disebutkan.



Gambar 2. Foto-foto kegiatan pembuatan akun

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan membuat iklan produk. Kegiatan dimulai dengan memberikan materi tentang cara membuat iklan yang baik. Pada materi tersebut, dijabarkan mengenai atribut-atribut yang harus dicantumkan ketika membuat iklan produk beserta contohnya. Setelah itu, mitra dilatih membuat iklan produk sekaligus mengunggah iklan tersebut pada akun yang telah dibuat sebelumnya. Foto-foto kegiatan pada saat membuat dan mengunggah iklan produk ditunjukkan pada Gambar 3.

Kegiatan terakhir yang dilaksanakan adalah kegiatan pelatihan menanggapi pelanggan. Kegiatan ini hanya bersifat teknis yaitu mitra dilatih menggunakan aplikasi untuk menanggapi pertanyaan ataupun kritik maupun saran dari pelanggan. Demikian pula ketiga kegiatan pelatihan dalam tahap pelaksanaan, bersifat teknis yaitu mitra hanya dilatih menggunakan aplikasi terkait materi yang diberikan.



Gambar 3. Foto-foto kegiatan mengunggah iklan produk

4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa Pelatihan penggunaan aplikasi e-Commerce untuk pemasaran produk sandal Karakter Anak-Anak, secara umum berjalan sesuai rencana
- 2) Secara teknis, mitra telah dapat menggunakan tiga aplikasi e-Commerce dalam melakukan pemasaran produk mitra.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016. Infografis, Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2016.
- Khakim, Lukman dkk. 2014. Adopsi Internet marketing pada UKM Pengolah Garam Rembang, Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi Terapan SEMANTIK. Hal 160-163.
- Kurniawati, Dewi dan Arifin, Nugraha. 2015. Strategi Pemasaran Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. Jurnal Simbolika vol 1 nomor 2 Hal 193-198
- Muttaqin, Zainal. 2011. Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern. Jurnal Teknologi vol 1 no 2 hal 103-109.
- Oyza, Icha dan Edwin, Agwu, 2015. Effectiveness of Social Media Networks as a Strategic Tool for Organizational Marketing Management. Journal of Interne Banking and Commerce. Vol 20. ISSN 1204-5357.
- Yazdanifard, Rashad et al. 2011. Internet marketing: New Era of Innovation in e-Commerce. Internasional Conference on Software and Computer Application IPCSIT vol 9 hal 192-197.
- Zakeri, Shevrin et al. 2015. Shor review on Internet marketing tools and concepts. Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences vol 5 hal 1847-1855.
- Irmawati, dkk. 2017. Pelatihan Internet Marketing bagi Remaja Masjid Nurul Taqwa Desa Sawagi Kecamatan Pattallassang Kabupaten Gowa. Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M) 2017, ISBN 978-602-60766-2-5 hal.118-121.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Politeknik Negeri Ujung Pandang yang telah memberikan pendanaan terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan semua pihak yang terlibat dapat merasakan manfaatnya.