

Pendampingan E-Commerce Bagi Pengrajin Tas

Nanik Susanti¹, Yudie Irawan², Wiwit Agus Triyanto³

Sistem Informasi Universitas Muria Kudus^{1,2,3}

Email: nanik.susanti@umk.ac.id¹, yudie.irawan@umk.ac.id², at.wiwit@umk.ac.id³

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 19 Agustus 2019

Direvisi: 27 Agustus 2019

Disetujui: 12 September 2019

Dipublikasikan: September 2019

Keyword:


*e-marketing,
product photos,
bag crafts*

Abstract

Craft bags in the village of Gulang has become a superior product of the village whose existence is able to lift the economy of the Gulang village community itself. There are at least 20 bag craftsmen in Gulang Village. One of them is Valya Bag's bag craftsman who has been managed by Mr. Sutarno since 2008. So far, bag craftsmen in Gulang village including Valya Bag's in producing bag crafts based on orders, entrepreneurs do not make products for stock. The product marketing system is also still manual, it still relies on communication media for direct interaction with consumers and is still centered on the location of certain places such as coming directly to the place of craftsman or when there is an exhibition. This kind of marketing model makes it difficult for potential buyers to access various information needs about the product, information about the latest prices due to limited promotional media. The bag craftsmen hope to expand the marketing area and add customers in order to increase the company's turnover and sustainable production. The purpose of community service is to help entrepreneurs in expanding marketing difficulties. Especially with e-marketing techniques as a means to optimize product marketing. In addition, this dedication team will provide training and assistance for managing e-marketing websites and make interesting product photos to support the website's appearance.

Artikel ini dapat diakses secara terbuka dibawah lisensi CC-BY



 <https://doi.org/10.24176/mjlm.v1i2.3756>

Pendahuluan

Perkembangan teknologi, dunia digital serta internet memberikan imbas yang kuat pada dunia pemasaran. Sistem pemasaran yang semula tradisional (*offline*) sekarang beralih ke digital (*online*). *Emarketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet dengan *website* sebagai mediatornya. Konsep *e-marketing* sebenarnya hampir sama dengan pemasaran secara tradisional, yang membedakan adalah medianya. Jika *e-marketing* sudah memanfaatkan media *online* bisa berupa *website*, jejaring sosial, *email*, *blog* dan aplikasi yang lainnya. Dengan *e-marketing* mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan menjangkau pelanggan lebih banyak.

E-marketing bisa diartikan sebagai bagian dari *e-commerce* yang merupakan aktivitas perusahaan dalam mengelola kegiatan komunikasi, melakukan kegiatan promosi dan melakukan kegiatan jual beli produk baik barang maupun jasa melalui internet. Sistem pemasaran yang menggunakan *e-marketing* dapat memudahkan client memperoleh informasi produk dan jasa secara cepat dan efisien, sehingga

memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menciptakan dan mempertahankan hubungan yang baik dengan client. Pemakaian internet menjadi sarana yang ampuh dalam melakukan aktivitas pemasaran produk dan jasa misalkan melalui website.kegiatan ini disebut sebagai kegiatan *e-marketing* yang dapat membantu memenuhi kebutuhan perusahaan atau organisasi. Kegiatan bisnis yang memanfaatkan teknologi *e-marketing* memiliki target bisnis yang jelas untuk membidik lebih banyak konsumen.

Pengusaha mitra pengabdian adalah pengrajin tas di Desa Gulang. Kerajinan tas di Desa Gulang sudah menjadi produk unggulan desa yang keberadaannya mampu mengangkat perekonomian masyarakat desa Gulang sendiri. Sebagai salah satu sentra pengrajin tas di Kabupaten Kudus, Desa Gulang memiliki sedikitnya 20 pengrajin tas. Model dan jenis tas yang diproduksi bervariasi, dari mulai tas sekolah, tas kerja, tas wanita, ransel, tas pinggang dan lain sebagainya. Valya Bag's yang dikelola oleh Bapak Sutarno merupakan salah satu pengrajin tas di Desa Gulang yang merintis usahanya sejak tahun 2008. Sampai sekarang sudah memiliki kurang lebih 20 orang karyawan yang bekerja sebagai tukang potong, tukang jahit dan finishing. Semua karyawan berasal dari masyarakat lingkungan sekitar yang sebagian besar terdiri dari pemuda desa yang tidak melanjutkan sekolah. Selama ini para pengrajin tas di desa Gulang termasuk Valya Bag's dalam memproduksi kerajinan tas berdasarkan atas pesanan, pengusaha tidak membuat produk untuk stok. mengandalkan pelanggan tetap yang bersifat lokal, atau pelanggan musiman yang pernah memesan sebelumnya. Sistem pemasaran produk juga masih manual, masih mengandalkan media komunikasi interaksi secara langsung dengan konsumen dan masih berpusat pada lokasi tempat tertentu seperti datang langsung ke tempat pengrajin atau ketika ada pameran. Tentu saja hal ini melemahkan jaringan pemasaran, karena untuk memasarkan produk para pengrajin kebanyakan menggunakan jasa perantara yang mempunyai akses langsung ke tokotoko atau pemasaran dari mulut ke mulut. Model pemasaran yang seperti ini mengakibatkan calon pembeli seringkali kesulitan untuk mengakses berbagai kebutuhan informasi tentang produk, informasi tentang harga terbaru disebabkan media promosi yang terbatas . Dari permasalahan yang ada masih dibutuhkan strategi pemasaran berbasis online yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas mempermudah proses promosi dan penjualan hasil produk pengrajin.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah pendampingan *e-marketing* pada umkm pengrajin tas desa gulang untuk optimalisasi pemasaran produk

Secara rinci dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Pemberian materi melalui pengenalan e-commerce bagi pelaku UMKM pengrajin tas. Diantaranya mengenalkan internet sebagai media baru dalam berkomunikasi serta mengenalkan e-commerce
2. Pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai pembuatan toko di e-commerce dan akun media sosial yang menjadi trend dalam media promosi bisnis saat ini. Tim pelatihan akan mengajarkan membuat toko di e-commerce, dan Tim pelatihan akan mengajarkan bagaimana pembuatan akun media sosial dan mengelola akun tersebut. Memberikan pelatihan penggunaan pesan persuasif yang efektif untuk meningkatkan awareness calon pembeli serta Memberikan pelatihan bagaimana mengelola toko e-commerce tersebut
3. Mengadakan pelatihan pesan efektif. Kemampuan ini harus dimiliki oleh pelaku UMKM karena dengan gambar dan pesan yang menarik akan meningkatkan minat calon konsumen untuk membeli produk tersebut.
4. Pelatihan pembuatan foto produk yang lebih menjual dengan teknik fotografi sederhana menggunakan *smartphone* dan pelatihan pengelolaan jejaring social untuk pemasaran.
5. Tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan efektivitas media promosi online dengan memberikan evaluasi dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan tim pengabdian Universitas Muria Kudus di UD Valya Bags intinya adalah membuat sistem informasi penjualan berbasis web dan peningkatan pengelolaan pemasaran melalui peningkatan kualitas foto produk dan optimasi jejaring social untuk pemasaran.

Pembuatan sistem informasi penjualan berbasis web dilakukan mulai bulan maret 2019 dengan tujuan akhir sistem dapat diakses secara *online* melalui internet. Untuk itu maka perlu pembelian hosting dengan nama domain yang menarik dan memadai dari sisi ukuran sistem dan datanya. Proses input data produk dilakukan secara bertahap oleh tim pengabdian dan pemilik. Sistem informasi penjualan ini juga berfungsi sebagai website official dan sumber data untuk pemasaran pada jejaring social. Jejaring social yang digunakan untuk pemasaran adalah Facebook dan Instagram dengan pertimbangan memiliki jumlah pengguna yang mencapai rata – rata diatas 50 % menurut penelitian Priambada pada tahun 2017. Sistem informasi penjualan berbasis web pada UD Valya Bags dapat diakses pada alamat web : <http://www.valyabags.online>.

a. Pembuatan foto produk

Kegiatan pemotretan produk ditujukan agar UD Valya Bags mampu melakukan pemotretan produk dengan teknik fotografi sederhana menggunakan mini photo studio. Disebut sederhana karena alat foto menggunakan kamera smartphone sehingga tidak memberatkan pengrajin, sedangkan pencahayaan dalam mini photo studio memberikan efek yang sama dengan kualitas foto studio. Sehingga gambar yang dihasilkan lebih detail, jelas dan warnanya lebih bagus. Proses penyuntingan gambar juga menggunakan aplikasi pada smartphone, hal ini lebih mudah pengerjaannya daripada menggunakan aplikasi desain grafis pada computer.

b. Pendampingan Pengelolaan Pemasaran Online

Pada pertengahan bulan April 2019, kegiatan pengabdian difokuskan pada bentuk kegiatan penyampaian materi dan pelatihan – pelatihan. Dilanjutkan pada bulan Mei yaitu berupa pendampingan pengelolaan pemasaran online. Tim pengabdian mendampingi seluruh proses pemasaran yang berjalan, yang dimulai dari proses pemotretan produk, penyuntingan gambar, upload gambar produk, penulisan profil produk, pemostingan pada jejaring social, proses targetting pada jejaring social, proses respon pelanggan, proses transaksi elektronik, proses pembayaran dan proses pengiriman produk.

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di UD Valya Bags telah dilaksanakan dengan pada bulan April 2019. Sasaran kegiatan pengabdian adalah membuatkan sitem informasi penjualan, memberikan pelatihan pemotretan produk, dan pendampingan pengelolaan pemasaran secara online. Proses pembuatan sistem informasi penjualan dilakukan di laboratorium Riset Sistem Informasi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan peningkatan ketrampilan dan penguasaan pemanfaatan jejaring social sebagai sarana pemasaran dengan didukung oleh ketrampilan menghasilkan foto produk yang menarik.

Daftar Pustaka

- Harahap, Khairunnisa, H., dan Amanah, D. 2018. Peningkatan Daya Saing Usaha Mukena Dan Keset Kaki Di Kecamatan Percut Sei Tuan, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume 24 No. 1, Januari – Maret 2018 p-ISSN: 0852-2715 | e-ISSN: 2502-7220
- Puspitasari, T., D. 2016. *Strategi Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Melalui Pembuatan Website E-Commerce*, Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Dana BOPTN Tahun 2016, ISBN : 978-602-14917-3-7

Susanti, N., 2018. Perancangan E-Marketing Umkm Kerajinan Tas. *Jurnal SIMETRIS*, Vol. 9 No. 1 April 2018, ISSN: 2252-4983