Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat
Volume 6 Nomor 1 2024, pp 93-100
ISSN: 2684-8570 (Online) – 2656-369X (Print)
DOI: https://doi.org/10.24036/abdi.v6i1.559
Received: July 25, 2023; Revised: March 27, 2024; Accepted: March 28, 2024

ABDI: JURNAL PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
https://abdi.ppj.unp.ac.id/index.php/abdi

Pendampingan Digitalisasi Produk Ibu Rumah Tangga di Tanggulangin

Rizma Ayu Angeli[1], Poppy Febriana[2], Ainur Rochmaniah[3]
[1,2,3]Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
*Corresponding author, e-mail: rizmaayuangeli@gmail.com.

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: E-commerce; Digitalisasi; Media sosial; Pendampingan; UMKM.

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: Accompainment; E-commerce; Digitalization; MSMEs; Social media.

How to Cite: Angeli, R.A., Febriana, P. & Rochmaniah, A. (2024). Pendampingan Digitalisasi Produk Ibu Rumah Tangga di Tanggulangin. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 93-100.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2024 by author.

Pendahuluan

Berkembang pesat dan majunya teknologi informasi menyebabkan terjadinya perubahan prilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan media elektronik dan internet menjadi salah satu media utama untuk melakukan komunikasi dan bisnis. Walaupun masih banyak juga pelaku bisnis yang belum memanfaatkan media elektronik dan internet Karena kurangnya pengetahuan tentang internet, beberapa pelaku bisnis mungkin belum memanfaatkannya. Namun, sebagai hasil dari persaingan bisnis yang semakin berkembang di era digital, para pelaku bisnis perlu mulai memanfaatkannya. Ini disebabkan oleh peningkatan penggunaan internet melalui perangkat seperti laptop, komputer, dan smartphone. (Syari et al., 2021).

Perkembangan di dunia teknologi dan informasi sekarang ini, pasti turut mempengaruhi segala aspek kehidupan masyarakat. keberadaan dan pemanfaatan teknologi dan informasi dapat membantu masyarakat dalam berbagai bidang pekerjaan, hal ini selaras dengan tujuan dari adanya teknologi informasi menurut Sutarman (2012) adalah "Untuk memecahkan masalah, membuka kreativitas, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan." Dengan kata lain, teknologi dan informasi adalah suatu hal yang wajib dikuasai oleh masyarakat saat ini, dan tidak menutup kemungkinan akan lebih dibutuhkan untuk masa depan.

Bisnis online merupakan jenis bisnis yang mengandalkan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk atau jasa. Beberapa contoh produk barang yang sering dijualkan melalui media sosial adalah pakaian, makanan, elektronik, dan lain-lain. Selain barang beberapa contoh bisnis dalam bidang jasa yang biasanya dipasarkan melalui media sosial adalah jasa cuci AC, jasa service kendaraan, jasa cleaning service dan lain-lain.

E-commerce adalah kependekan dari Electronic Commerce, yang mengacu pada sistem transaksi yang dilakukan melalui media elektronik. E-commerce adalah suatu platform atau medium di dunia digital di mana terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. E-commerce melibatkan aktivitas bisnis yang dilakukan melalui jaringan internet, dengan akses menggunakan perangkat seperti komputer, laptop, atau smartphone. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi proses belanja, pembelian, dan distribusi secara efisien dan efektif melalui metode online.E-commerce ini merupakan salah satu media yang muncul dari adanya perubahan perilaku belanja masyarakat yang dulunya belanja secara langsung di toko ataupun tempat perbelanjaan yang kemudian bergeser menjadi belanja secara online. Masyarakat Indonesia, sebagai negara berkembang, menunjukkan respons yang cepat terhadap perubahan. Hal ini terlihat dari banyaknya munculnya e-commerce baik dari luar negeri maupun dari dalam negeri di Indonesia.

Perkembangan teknologi dengan adanya media sosial dan toko online atau biasa disebut e-commerce diatas memerlukan logo didalamnya. Setiap UMKM sebaiknya mempunyai logo, seperti pada penelitian dengan judul Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Jawa Barat Permata et al, 2019) menyebutkan banyak manfaat dari logo yang dipunyai dari UMKM, seperti "brand menciptakan totalitas pada layanan usaha, brand memiliki kekuatan untuk menarik konsumen, brand mempengaruhi perilaku pembelian, brand menempel di Ingatan" dan lain lain. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian dari (Hermawan et al, 2023) dengan judul Peningkatan Pengetahuan Dan Ketrampilan Umkm Kuliner Melalui Pelatihan Akuntansi, Branding, Dan Halal Food yang menunjukkan bahwa adanya peningkatan nilai pre test ke post test tentang materi halal food, pemasaran, dan diversifikasi usaha. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pelaku UMKM Kuliner setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan.

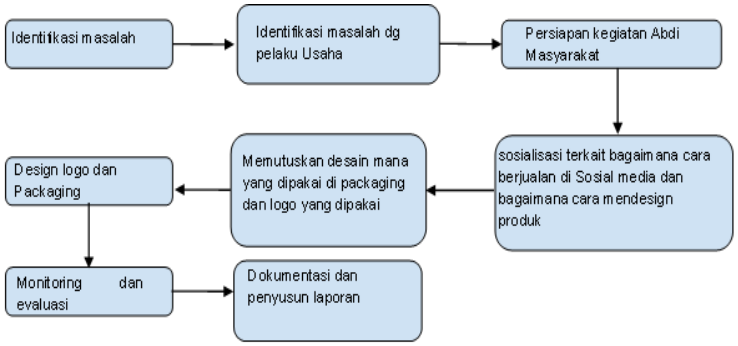
Melihat adanya peluang yang sangat besar dari adanya perkembangan teknologi, penulis bertujuan membawa bisnis milik ibu Anis ini untuk lebih mengikuti perkembangan zaman. yang dahulu hanya berjualan dari mulut ke mulut, tidak mempunyai logo untuk bisnis onlinenya, yang dahulu *Packaging*nya hanya menggunakan kresek biasa tanpa ada label, yang dahulu menawarkan produknya dari rumah ke rumah penulis berharap dengan adanya bimbingan tentang e-commerce ini ibu Anis sebagai pelaku usaha sudah bisa menjajalkan produk hanya dari rumah saja melalui beberapa platform gratis untuk berjualan. Dalam kegiatan pengabdian ini, penulis terlibat dalam memberikan sosialisasi dan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman tentang cara melaksanakan strategi pemasaran. melalui media online, membantu membuatkan Logo untuk online shop ibu Anis, membuatkan *Packaging* dan Label dan membantu untuk Brand Awareness.

Metode Pelaksanaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Metode adalah "cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki". Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan penyuluhan, pendampingan, dan parsitipatif Bu Anis yang

nantinya akan juga diterapkan ke beberapa resellernya. pelaksanaan kegiatan akan dilakukan dengan tahapan 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 penyusun laporan.

Adapun Alur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat disajikan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Tahapam Kegiatan

Pada tahap Identifikasi Masalah, penulis mencari UMKM yang mau dibantu dalam salah satu proses kegiatan usahanya. sampai dengan penulis memutuskan untuk membantu salah satu usaha dagang milik Ibu Anis. pada tahap Persiapan penulis menjadwalkan waktu dan tempat untuk bertemu pelaku usaha. Berikutnya tahap Identifikasi Masalah dengan Pelaku Usaha, tahap identifikasi masalah ini berbeda dengan tahap idenifikasi masalah yang pertama. pada tahap ini penulis sudah bertemu dengan pelaku usaha dan merumuskan beberapa permasalahan yang dapat dibantu oleh penulis dan disupport oleh 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 membuatkan 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 dijualkan pada marketplace terlihat baik dan rapi serta menarik, lalu mengajarkan pelaku usaha untuk upload produk pada Marketplace. Adapun Marketplace yang dimaksud adalah Shopee. setelah sosialisasi, tahap berikutnya adalah penulis membantu untuk mengupload produk di Marketplace lalu dilanjutkan dengan upload mandiri oleh Pelaku Usaha. Sambil berjalan, penulis melanjutkan untuk membuat design Logo dan Label *Packaging* untuk produk milik bu Anis. tahap berikutnya ketika Logo dan Label *Packaging* sudah jadi ini adalah step realisasi kegiatan yaitu ibu Anis sudah menggunakan logo yang dipilih dari beberapa opsi dan menggunakan *Packaging* untuk barang-barang yang telah terjual. setelah dalam jangka waktu 2 minggu, maka tiba pada tahap Evaluasi dan Penyusunan Laporan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil dari pengabdian masyarakat Pendampingan Digitalisasi Produk Ibu Rumah Tangga di Tanggulangin ini bisa dijabarkan hasil dan luaran kegiatan juga dampak dari perubahan mitra ketika proses pendampingan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai tahapan pengabdian masyarakat yang dilakukan yakni sebagai berikut:

Tahap Identifikasi Masalah

Pada tahap identifikasi masalah ini penulis mencari UMKM yang mau dibantu dalam salah satu proses kegiatan usahanya (Andriana et al, 2022). sampai dengan penulis memutuskan untuk membantu salah satu usaha dagang milik Ibu Anis. penulis memiliki ketertarikan pada usaha dagang milik ibu Anis karena ibu Anis memiliki potensi untuk lebih berkembang dalam melakukan penjualan dagangannya padahal hanya menjual barang dari mulut ke mulut, tidak memasarkannya menggunakan media sosial. penulis tertarik dan ingin mengenalkan sosial media untuk berjualan kepada ibu Anis agar ibu Anis memiliki pasar yang lebih luas. terlebih lagi usaha yang telah lama berjalan ini tidak memiliki logo dan *Packaging*.

Tahap Persiapan

Pada tahap ini penulis mengatur jadwal dengan pelaku usaha yaitu ibu Anis untuk bertemu. dan setelah melakukan diskusi penulis dan pelaku usaha memutuskan untuk bertemu di kediaman ibu Anis. Dalam pertemuan ini, membahas bagaimana logo yang akan digunakan, model dan item apa yang ingin ibu Anis masukkan didalam logo, bagaimana ibu anis ingin mengelola SHOPEE dan label seperti apa yang ingin digunakan oleh ibu Anis.

Berbeda dengan tahap identifikasi pertama saat penulis masih memikirkan pemilik pelaku usaha mana yang akan dibantu usahanya. tahap ini penulis sudah bertemu dengan pemilik usaha (Muzaqi et al, 2020). Berbeda dengan tahap identifikasi pertama saat penulis masih memikirkan pemilik pelaku usaha mana yang akan dibantu usahanya. Tahap ini penulis sudah bertemu dengan pemilik usaha.

Gambar 2. Foto Dengan Ibu Anis Dirumah Sedang Diskusi

Setelah dilakukan pertemuan yang awalnya penulis hanya akan berfokus mengajarkan berjualan di media online saja, kini juga membantu untuk membuatkan logo untuk usaha yang dijalani oleh ibu Anis. jadi beberapa luaran yang dapat direportkan adalah: (1) Memperkenalkan e-commerce Shopee dan cara menggunakannya., (2) Membuat LOGO, dan (3) Membuat Design Label *Packaging*.

Tahap Sosialisasi mengenai Media Sosial untuk Berjualan

Pada tahap ini penulis bertemu dengan ibu anis untuk membantu bu anis dalam mengenal lebih luas mengenai media sosial yang dapat digunakan untuk berjualan. dalam hal ini penulis lebih menyarankan ibu Anis untuk lebih menggunakan platform SHOPEE. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah menghadirkan dampak yang tak terduga sebelumnya. Di Indonesia, tingkat penetrasi pengguna internet menjadi salah satu yang tertinggi di dunia, mencapai sekitar 30% dari total penduduk Indonesia. E-commerce menjadi peluang yang menarik bagi individu yang ingin terlibat dalam bisnis online.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang fokus pada transaksi jual-beli online dan dapat diakses dengan mudah melalui smartphone. Dalam bentuk aplikasi, Shopee menyederhanakan proses belanja online tanpa perlu kerepotan menggunakan komputer. Cukup dengan menggunakan smartphone Anda, Shopee menawarkan berbagai produk mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari.

Gambar 3. Foto dengan Ibu Anis di rumah Sedang Sosialisasi

Tahap Membuat Desain LOGO dan Label *PACKAGING*

Branding yang dilakukan dalam abdimas ini adalah merancang, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama dan identitas dengan niat membangun reputasi (Friedland, 2018). Branding ini yaitu untuk menunjukkan pembeda produk dan membangun brand image dari produk yang dihasilkan. Melalui citra merek (brand image) yang terbentuk, produk yang dihasilkan dapat memiliki karakteristik yang membedakannya dari produk lain dan mampu menarik minat konsumen. Dalam tahap ini penulis membuat design untuk Pelaku Usaha, berdasarkan clue dan keinginan beberapa poin didalamnya, memasukkan

gambar kacamata contohnya. Dalam tahap ini penulis memberikan beberapa pilihan opsi desain untuk pelaku usaha;

Gambar 4. Desiain Logo 1

Gambar 5. Mock Up *Packaging* Logo 1

Gambar 6. Desain LOGO 4

Gambar 7. Mockup *Packaging* Logo

Gambar 8. Desain logo 5

Tahap Realisasi Kegiatan

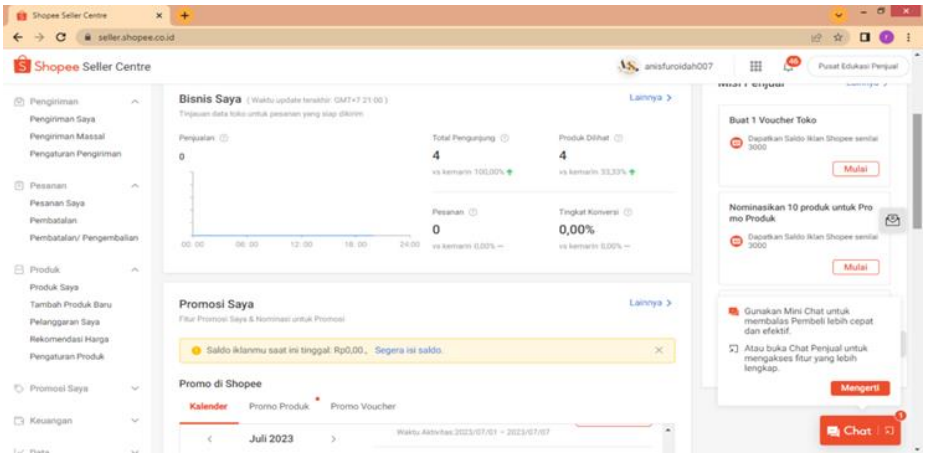
Sesuai timeline yang diberikan, maka penulis membuat timeline selama 3 minggu untuk realisasi kegiatan. *Packaging* dan logo yang sudah dipilih diimplementasikan ke bisnis yang ibu Anis punya ini. pentingnya *Packaging* dalam bisnis adalah meningkatkan daya jual produk. *Packaging* yang bagus dan cantik akan membuat produk jauh lebih terlihat menarik daripada hanya memakai *Packaging* kantong kresek.

Gambar 9. Label & *Packaging* yang dipakai

Packaging merupakan proses yang bertujuan untuk melindungi produk dan memberikan informasi kepada orang-orang mengenai produk yang dihasilkan oleh suatu merek. Proses *Packaging* sangat penting dan merupakan kebutuhan dasar untuk semua produk. Ini berarti tanpa *Packaging*, produk tidak dapat disimpan atau dipindahkan dari satu tempat ke tempat lain. Selain itu, *Packaging* juga mencerminkan identitas merek melalui produknya. Selain itu, *Packaging* juga membuat produk lebih mudah dipasarkan, aman, dan tetap bersih hingga tiba di tangan konsumen (Moriansyah, 2015).

Logo yang dibuat penulis juga diimplementasikan pada platform Shopee dan tertera pada *Packaging*. sesuai dengan tujuan awal penulis, penulis berniat mengenalkan ibu Anis kepada Platform Marketplace SHOPEE, keberhasilan abdi masyarakat ini selain dari selesainya LOGO, *Packaging* produk, juga dapat diukur dari kebisaan Ibu Anis mengelola platform Marketplacenya, Memilih foto yang menarik untuk diposting, memposting produk menggunakan caption, penulis juga amat sangat bersyukur apabila ibu Anis mendapati adanya penjualan yang terjadi dalam akun SHOPEE milik ibu Anis.

Gambar 10. Logo Yang Terpilih



Gambar 11. Profile Shopee Pakai Logo Yang Terpilih

Gambar 12. Menentukan Logo dengan Bu Anis

Tahap Evaluasi Kegiatan Abdi Masyarakat

Kegiatan Abdi Masyarakat ini dilakukan dalam kurun waktu 2 bulan dengan 3x pertemuan dan 2 minggu masa bimbingan/praktek agar pemilik atau pelaku usaha memiliki kemampuan untuk menggunakan e-commerce SHOPEE . Selama beberapa waktu pengabdian masyarakat ibu Anis selaku pemilik usaha menunjukkan ketertarikan dan partisipasi penuh didalamnya. Ibu Anis sempat ingin mengadakan pertemuan untuk membahas SHOPEE yang dirasa masih asing. Hal ini membuktikan ibu Anis sangat ingin tahu tentang SHOPEE untuk memantau kemajuan dan pemahaman Ibu Anis dan hal lain yang dilakukan adalah adanya penerimaan/informasi yang didapat dari Ibu Anis bahwa setelah adanya Logo dan label serta *Packaging* terdapat adanya komentar yang positif dari beberapa pelanggan juga terdapat kenaikan dari jumlah pelanggan dan penjualan meskipun tidak secara signifikan. Serta untuk melakukan evaluasi sebelum dan setelah kegiatan Abdi Masyarakat, Ibu Anis diminta memberikan kritik, saran, dan masukan kepada penulis tentang pelaksanaan Abdi Masyarakat.

Gambar 13. Hasil Cetak *Packaging*

Kesimpulan

Kegiatan Abdi Masyarakat memberikan pelatihan dalam menggunakan e-commerce Shopee. Sebelum menggunakan e-commerce, pelaku usaha pernah berjualan langsung ke konsumen, namun dengan adanya kegiatan Abdi Masyarakat ini ibu Anis menjadi mempunyai penagalaman baru untuk berjualan melalui e-commerce. Logo dan Label *Packaging* diakui menambah kesan lebih bagus untuk produknya berdasarkan feedback dari customernya. Namun bu Anis mengakui mengalami kesulitan dalam menggunakan platform Shopee. Penulis yakin hal ini juga dipengaruhi oleh ketidakbiasaan penggunaan aplikasi e-commerce tersebut. Besar harapan penulis untuk bu Anis tetap secara konsisten berjualan, menemukan pasar yang lebih luas pada aplikasi SHOPEE ini. dan semoga dengan nanti terbiasanya ibu Anis dalam mengelola platform online ini juga membuat ibu Anis mengembangkannya dalam platform online yang lain. Adapun saran yang diberikan penulis dalam Kegiatan Abdi Masyarakat ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk tetap konsisten dan terus berlatih dalam menggunakan platform media sosial untuk melakukan pemasaran produk, terutama melalui platform SHOPEE. (2) Penting untuk memiliki semangat belajar yang kontinu agar terbiasa menggunakan media sosial secara efektif, juga seperti diketahui bersama bahwa SHOPEE memiliki banyak fitur-fitur didalamnya, dan (3) Tetap menggunakan label *Packaging* dan logo yang telah dibuat.

Daftar Pustaka

Andriana, A. N., et al. (2022). Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *6*(2), 1477. https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7336

Friedland, J. (2018). PushediN: The Next Step in Social Media Marketing? http://sk.sagepub.com/cases/pushedin-the-next-step-in-social-media-marketing

Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences social media marketing: Antecedents and consequenc-es. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.

Muzaqi, A. H., Yanuarita, H. A., Suwarno, S., & Hanum, F. (2020). Pendampingan Masyarakat Adaptasi Kehidupan Baru dalam Menciptakan Kawasan Tangguh Bencana Covid-19 Studi Pada Fasilitas Umum Kota Kediri. *Jurnal Abdi Masyarakat*, *4*(1), 43–51. https://doi.org/10.30737/jaim.v4i1.1352

Hermawan, S., Rahmawati, I. D., Dini, A. N., & Masrifah, A. (2023). Empowering Accounting Educators: Innovative Development through Community Engagement. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 14(2).

Permata, R. R., Safiranita, T., & Utama, B. (2019). Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Jawa Barat. *Dialogia Iuridica*, 10(2), 33-38.

Sutarman. (2012). Keragaan dan Produksi Jamur Tiram Putih (Pleurotus Ostreatus) Pada Media Serbuk Gergaji dan Ampas Tebu Bersuplemen Dedak dan Tepung Jagung Varibility and Production White Oyster Mushroom (Pleurotus ostreatus) on Sawdust Media and bagasse Supplemented by Rice Bran, and Corn Flour. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, *12*(3), 163–168.

Syari, H., Komala, N., Ningrum, E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences*, 3(2).