

Available online at: prosiding.relawanjurnal.id/index.php/comdev
Proceeding of Community Development
Volume 2 (2018): 242-249; DOI: https://doi.org/10.30874/comdev.2018.287
"Memperkuat Produktivitas untuk Ketahanan Ekonomi Nasional"

TIPE ARTIKEL: ARTIKEL PENELITIAN

Enhancing ICT Skills to Support Product Marketing for SMEs Aisyiyah Dau Malang District [Peningkatan Ketrampilan TIK Untuk Mendukung Pemasaran Produk Bagi Pelaku UKM Aisyiyah Kecamatan Dau Malang]

Tutik Sulistyowati[1], Nur Hayatin[2], Gita I. Marthasari[3], Hidayah B. Qur'ani[4]

[1]Prodi Sosiologi, Universitas Muhammadiyah Malang
[2,3]Prodi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Malang
[3]Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Muhammadiyah Malang
[1,2,3,4]Jl. Raya Tlogomas 246, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia
E-mail: tutiksulistyowati@umm.ac.id; noorhayatin@umm.ac.id; gita@umm.ac.id; qurani@umm.ac.id

Abstract

The insufficiency of understanding of ICT (Information and Communication Technology) among woman entrepreneur in Indonesia is a problem that needs to be resolved. Because Indonesia has the potential to develop business through e-commerce. At present, there are many small and medium enterprises, especially those spread in Malang Regency, dominated by women as business actors. However, they have difficulties in marketing products, especially online marketing. To overcome this problem, we proposed a training program to improve the understanding of ICT for women entrepreneur, especially who is a member of Aisyiyah Organization in Malang. This program will provide ICT training as well as mentoring. Output targets of this program are: 1) partners are able to manage online stores independently; and 2) partners can market their products online through web media, social media, and market place. The material to be provided includes: an introduction to the internet, creating e-mail, marketing through social media, marketing through the market place, and marketing through online web shops. Through the program, the knowledge and skills of women entrepreneur of Aisyiyah Malang can increase so that they can become capital to be more competitive, especially in entering the global market.

Keywords: ICT; woman entrepreneur; online marketing; Aisyiyah.

Abstrak

Kurangnya tingkat pemahaman TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dikalangan UKM adalah masalah yang butuh diselesaikan, karena Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan usaha melalui e-commerce. Saat ini, banyak sekali Usaha Kecil dan Menengah (UKM) khususnya yang tersebar di Kabupaten Malang didominasi oleh perempuan sebagai pelaku usaha. Akan tetapi, dalam perkembangannya mengalami kemunduran dalam hal pemasaran produk. Untuk mengatasi hal tersebut, kami tim pengabdi mengusulkan sebuah program yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman TIK bagi perempuan khusunya dikalangan perempuan pelaku UKM Aisyiyah Malang agar terampil dalam menggunakan teknologi. Program ini akan memberikan pelatihan TIK sekaligus pendampingan. Target luaran dari program ini adalah : 1) mitra mampu mengelola toko online secara mandiri; dan 2) mitra dapat memasarkan produknya secara online melalui media web, media sosial, maupun market place. Materi yang akan diberikan meliputi : pengenalan internet, pembuatan email, pemasaran melalui media sosial, pemasaran melalui market place, dan pemasaran melalui web toko online. Melalui program ini, pengetahuan dan keterampilan perempuan pelaku UKM Aisyiyah Malang dapat meningkat sehingga dapat menjadi modal untuk lebih berdaya saing terutama dalam memasuki pasar global.

Kata Kunci: TIK; UKM perempuan; pemasaran online; Aisyiyah.

Copyright © 2018, Tutik; Nur; Gita; Hidayah
ISSN 2615-2924 (online)

PENDAHULUAN

Di era millenial, peran teknologi dalam kehidupan tidak bisa terhindarkan. Setiap orang secara sadar dan tidak sadar dipaksa untuk menggunakan teknologi. Berdasarkan profil pengguna internet tahun 2014 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - APJII, 2014), dari 88 juta pengguna internet di Indonesia hanya 11% mengakses internet untuk jual beli online. Akan tetapi, tingkat pemahaman TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dikalangan UKM masih rendah hanya sebesar 4%[1]. Hal ini amat disayangkan karena Indonesia memiliki potensi untuk mengembangan usaha melalui e-commerce (Purwanti, 2011). Saat ini, banyak sekali Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang tersebar di Kabupaten Malang didominasi oleh perempuan sebagai pelaku usaha. Banyaknya perempuan yang tertarik menjadi pelaku usaha dapat terlihat pada data Griya Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah (KUMKM) Kabupaten Batu tahun 2017 menyebutkan bahwa pelaku UKM di Kabupaten Malang didominasi oleh perempuan. Akan tetapi, dalam perkembangannya UKM yang didominasi oleh perempuan ini mengalami kemunduran dalam hal pemasaran produk. Padahal di era yang serba digital ini semua orang tidak terkecuali kaum perempuan dituntut untuk *melek* teknologi. Hal ini tidak lain karena semakin banyak aktifitas yang dilakukan menggunakan teknologi, termasuk transaksi jual-beli baik transakti melalui web (Rulia Puji Hastanti; Bambang Eka Purnama; Indah Uly Wardati, 2015)(Marthasari, 2017), market place (Sundari, 2017)(Sadgotra & Saputra, 2013), maupun sosial media (Siswanto, 2013). Selain itu, di zaman yang serba terkoneksi ini konsumen cenderung memilih sistem belanja online dibandingkan offline karena kepraktisannya (Harahap, 2018). Budaya baru inilah yang setidaknya diberikan khususnya untuk perempuan pelaku UKM agar tidak ketinggalan dalam menyongsong tuntutan pasar global (Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, 2013).

Berdasarkan latar belakang itulah melalui program ini kami mengusulkan sebuah kegiatan pengabdian sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman TIK (Teknologi Informasi dan Komuniasi) dikalangan UKM khususnya untuk pelaku UKM Aisyiyah Cabang Dau Malang. Aisyiyah adalah organisasi perempuan dibawah persyarikatan Muhammadiyah. Salah satu program Aisyiyah adalah pembinaan UKM untuk anggota Asiyiyah. Berdasarkan wawancara dari anggota Aisyiyah Cabang Dau Wilayah Malang yang juga pelaku usaha, selama ini belum ada pelatihan yang diberikan kepada pelaku UKM Aisyiyah khususnya yang terkait dengan TIK. Untuk itu melalui kegiatan pengabdian ini kami tim pengabdi dengan menggandeng mitra Aisyiyah terutama untuk pelaku UKM binaan Aisyiyah untuk diberikan ketrampilan TIK dalam mendukung promosi poduk secara online (Rewah, 2018)(Arbainah, 2014). Program ini akan memberikan pelatihan sekaligus pendampingan bagi pelaku UKM binaan Aisyiyah Cabang Dau, adapun materi yang akan diberikan adalah : pengenalan internet, pembuatan email, pemasaran melalui media sosial, pemasaran melalui market place, dan pemasaran melalui web toko online. Melalui program pengabdian dalam bentuk pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan kaum perempuan agar menjadi lebih berdaya (Dewanti & Susi, 2010).

METODE

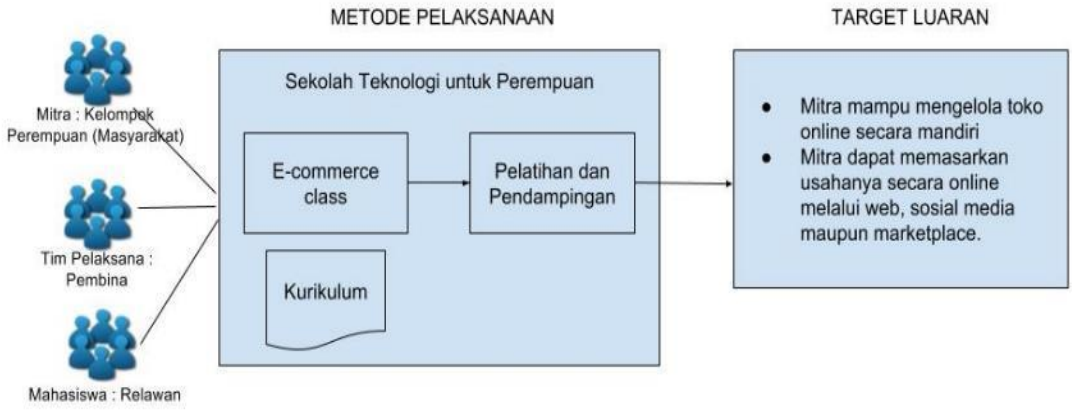
Mitra yang dilibatkan adalah perempuan pelaku UKM binaan Aisyiyah di Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Aisyiyah adalah organisasi perempuan dibawah persyarikatan Muhammadiyah. Salah satu program Aisyiyah adalah pembinaan UKM untuk anggota Asiyiyah. Pada kegiatan ini sebanyak dua UKM dipilih sebagai mitra, yaitu ibu Nur Hidayah, pengusaha yogurt, dan ibu Rini, pengusaha minuman olahan lidah buaya.

[1] http://www.telkom.co.id/

Copyright © 2018, Tutik; Nur; Gita; Hidayah

ISSN 2615-2924 (online)

Metode pelaksanaan dari usulan kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan (Indriyatni, Wahyuningsih, & Purwanto, 2014). Dari gambar 1 dapat dilihat rancangan model pelaksanaan kegiatan pelatihan. Adapun target luaran dari program ini adalah : 1) mitra mampu mengelola toko online secara mandiri; dan 2) mitra dapat memasarkan produknya secara online melalui media web, media sosial, maupun market place.



Gambar 1. Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan TIK bagi perempuan pelaku UKM Aisyiyah Malang

Berikut adalah penjelasan dari kegiatan yang akan dilaksanakan selama kegiatan pengabdian :
Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan yang akan diberikan kepada mitra adalah berupa pelatihan tentang teknologi. Adapun materi yang akan diberikan kepada mitra mulai dari dasar tentang pengenalan internet. Selain itu juga mitra akan diajak untuk langsung praktek. Rencana kegiatan pelatihan untuk kelas e-commerce akan dilaksanakan selama 2 hari. Sedangkan untuk kegiatan pendampingan akan dilaksanakan selama kurang lebih 3 minggu. Target dan rencana jadwal kegiatan pelatihan dan pendampingan kegiatan dapat dijabarkan pada Tabel 1. Adapun materi yang akan disampaikan dalam kegiatan ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. *Target dan Rancangan Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan*

Pelatihan	**Target**
Hari ke-1	Memahami dasar internet, email, pemasaran melalui social media
Hari ke-2	Memahami tentang pemasaran melalui market place dan pengelolaan web toko online
Pendampingan	**Target**
Minggu ke-1	Mampu mempromosikan produk melalui media sosial
Minggu ke-2	Mampu upload produk ke market place
Minggu ke-3	Mampu membuat katalog produk melalui web toko online

Copyright © 2018, Tutik; Nur; Gita; Hidayah
ISSN 2615-2924 (online)

Tabel 2. *Materi Kegiatan Pelatihan*

No	Materi	Sub Materi
1	Pengenalan Internet	Definisi internet, website, web browser, link/url
2	Membuat email	Definisi email, kegunaan email, praktek membuat email, kirim email.
3	Social media	Definisi sosmed, praktek membuat akun facebook, pemasaran melalui sosmed.
4	Market place	Definisi market place, praktek membuat akun di market place, menambahkan produk pada market place.
5	Toko Online	Mengelola web toko online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dilakukan oleh tim pengabdian kepada mitra dalam hal ini adalah pelaku usaha kecil menengah (UKM) Aisyiyah Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Sebanyak 2 (dua) mitra dipilih yaitu pengusaha olahan susu segar dan pengusaha olahan lidah buaya. Kedua mitra ini dipilih selain karena lokasi usaha dan produksi yang strategis juga karena keduanya memiliki motivasi kuat untuk mengembangkan usahanya. Adapun produk kedua mitra ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Produk Usaha Mitra Pengabdian

Pelatihan

Kegiatan pelatihan terbagi menjadi 2 sesi yaitu : sesi media sosial dan sesi marketplace. Pada sesi pertama, peserta diberikan pelatihan terkait pemasaran melalui sosial media. Media sosial yang dipilih adalah facebook yang dianggap cukup familiar bagi mitra yang dilatih. Berdasarkan hasil dialog dengan

Copyright © 2018, Tutik; Nur; Gita; Hidayah

ISSN 2615-2924 (online)

mitra, facebook sudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari namun belum dioptimalkan untuk pemasaran produk mereka. Dalam pelatihan pemasaran dengan Facebook, peserta diberi pelatihan :

a) Membuat akun toko/usaha di Facebook termasuk menentukan nama yang dapat meningkatkan daya jual produk.
b) Membuat foto produk dan mengunggahnya di laman Facebook toko/usaha
c) Mengaktifkan fitur otomatis untuk membalas chat di Messenger Facebook.

Tim pengabdi memberikan latar belakang dan manfaat pemasaran melalui Facebook. Di sesi kedua, tim pengabdi menyampaikan materi tentang pemanfaatan marketplace untuk pemasaran dan penjualan produk. Marketplace yang dipilih adalah Shopee dengan pertimbangan beberapa kelebihannya antara lain mudah digunakan, terpercaya, instalasi mudah, dan memiliki fitur-fitur promosi yang mampu menarik konsumen. Materi yang disampaikan yaitu :

a) Instalasi marketplace
b) Membuat akun marketplace
c) Membuat katalog produk

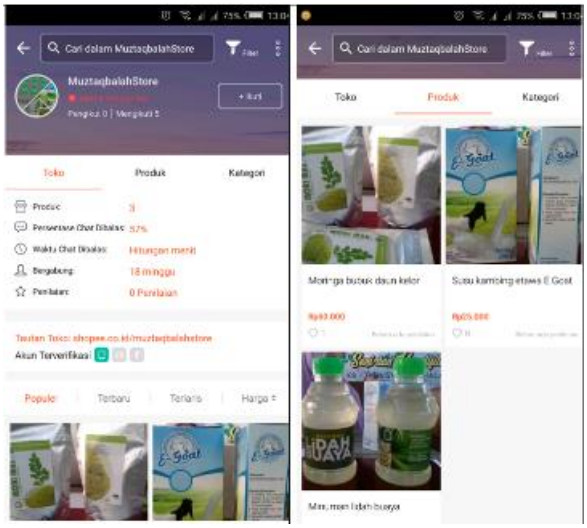
Selama pelatihan, peserta tampak antusias untuk mempraktekkan teori dan contoh yang disampaikan oleh instruktur. Proses pelaksanaan pengabdian dapat dilihat pada Gambar 3. Adapun hasil pelatihan marketplace ditunjukkan pada Gambar 4.





Copyright © 2018, Tutik; Nur; Gita; Hidayah
ISSN 2615-2924 (online)

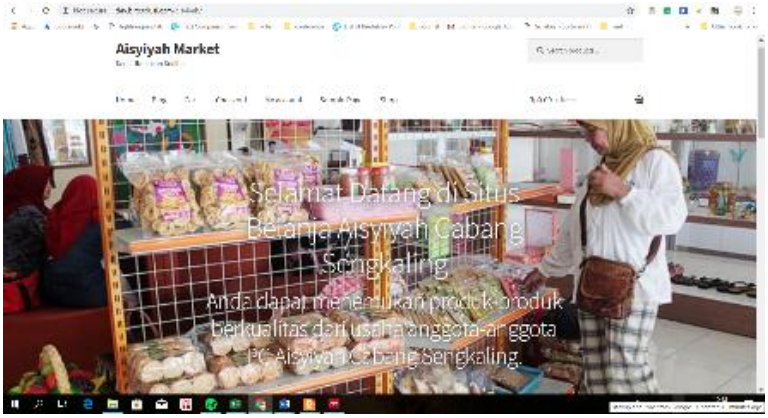
Gambar 3. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan pelatihan



Gambar 4. Tampilan Toko Mitra di Marketplace

Pembuatan Website Katalog Produk

Selain melalui marketplace, pemasaran juga efektif dilakukan melalui website [1]–[3]. Untuk itu, dibuatlah sebuah website berbasis Wordpress untuk menampilkan katalog produk dari UKM yang dikelola oleh anggota Aisyiyah Dau, Malang. Adapun tampilan website dapat dilihat pada Gambar 5. Untuk membantu para mitra dalam mengelola konten website, disediakan fitur-fitur pengelolaan produk, pengaturan tampilan website, dan pengelolaan berita



Gambar 5. Halaman depan dari website Aisyiyah Market

Pendampingan

Untuk memantau dan berdiskusi lebih lanjut tentang program pengabdian, dibentuk forum diskusi online menggunakan aplikasi Whatsapp. Anggota grup tersebut adalah tim pengabdian, instruktur, dan peserta pelatihan. Bahan diskusi dalam grup antara lain perkembangan marketplace yang telah dibuat, kendala-kendala yang dihadapi, dan alternatif solusi yang dapat diimplementasikan.

Copyright © 2018, Tutik; Nur; Gita; Hidayah

ISSN 2615-2924 (online)

Evaluasi Kegiatan

Untuk mengukur ketercapaian tujuan pelatihan dilakukan evaluasi oleh tim pengabdian. Proses evaluasi dilakukan dengan cara menyebaran survey kepada mitra. Survey disebarkan secara online melalui grup Whatsapp. Dalam Tabel 3 ditunjukkan hasil survey kepada mitra. Secara umum, mitra merasakan manfaat pelatihan yang telah diberikan. Namun, marketplace yang telah dibuat kurang dikelola dengan baik karena kesibukan masing-masing. Mitra juga menyampaikan saran terkait materi pengabdian yang dibutuhkan.

Tabel 3. *Hasil evaluasi dengan cara survey ke mitra*

Pertanyaan	Mitra 1	Mitra 2
Apakah pelatihan bermanfaat bagi usaha?	Materi yang disampaikan sangat bermanfaat, hanya saja jarang bisa update di marketplace.	Sangat bermanfaat, terutama materi tentang pembuatan aplikasi penjualan online. Kendala, belum percaya diri untuk berjualan online karena produk belum ada ijin dari BPPOM.
Apakah ada aplikasi lain yang sekiranya dibutuhkan untuk pengembangan usaha? Jika ada, aplikasi seperti apa?	Sekarang sedang fokus pada pembuatan sari lidah buaya, masih butuh pengetahuan tentang cara terbaik untuk membuat sari lidah buaya tersebut, terutama berkaitan dengan masa kedaluwarsa.	Untuk penjualan produk, alhamdulillah lancar. Selama ini promosi dengan cara pasang status di WA dan kerja sama dengan ibu-ibu dosen FE UMM dalam program pengabdian di Majelis Ekonomi PCA Dau.
Saran	Bisa sinergi antara dosen-dosen Teknik Informatika dan Teknik Industri untuk perancangan kemasan.	Ada program pendampingan dalam pengurusan ijin ke BPPOM.

Dari hasil kegiatan yang telah dilaksanakan dan hasil evaluasi didapatkan beberapa kesimpulan yang menjadi catatan untuk perbaikan dan kelanjutan program kedepan. Yaitu : salah satu kendala pengelolaan marketplace adalah kurangnya fokus dan motivasi. Pada kegiatan selanjutnya dapat diberikan materi lebih banyak mengenai motivasi berbisnis online. Selain itu sebagian besar produk mitra belum siap dipasarkan secara luas antara lain karena belum ada ijin BPPOM, teknologi produksi yang belum mumpuni, kemasan dan label yang kurang menarik. Oleh karena itu perlu diadakan kegiatan yang mampu menjawab persoalan-persoalan tersebut.

SIMPULAN

Program pengabdian ini telah dilaksanakan dengan melibatkan 2 orang mitra usaha dari Pimpinan Cabang Aisyiyah Dau Wilayah Malang. Kegiatan yang dilakukan meliputi pelatihan dan pendampingan pembuatan website katalog produk, internet marketing melalui sosial media dan marketplace. Kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan memperluas keterlibatan mitra maupun materi pelatihan mengingat respon mitra sangat baik terhadap kegiatan pelatihan yang diberikan. Melalui kegiatan ini para mitra yang bergerak di bidang produksi dan penjualan memiliki pengetahuan lebih banyak dalam hal pemasaran berbasis marketplace, sosial media maupun web.

Copyright © 2018, Tutik; Nur; Gita; Hidayah
ISSN 2615-2924 (online)

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada Departemen Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) yang telah memberikan hibah untuk pelaksanakan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga untuk kelompok UKM Ibu-ibu Aisyiyah Cabang Dau Ranting Muara Sarana Indah dan Sengkaling yang telah berpartisipasi sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

Arbainah, S. (2014). Pemasaran Bersama Berbasis Ict Sebagai Media Promosi Alternatif Bagi Umkm Desa Wisata. *JABPI*, *22*(2).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - APJII. (2014). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. *Apjii*. Retrieved from https://www.apjii.or.id/survei2016

Dewanti, & Susi, I. (2010). Pemberdayaan usaha kecil dan mikro : kendala dan alternatif solusinya. *Administrasi Bisnis*, *6*(2), 1–10.

Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI*, *9*(2), 193–213.

Indriyatni, L., Wahyuningsih, P., & Purwanto, A. B. (2014). Pengembangan model pelatihan kewirausahaan untuk perempuan pengangguran di kabupaten demak. In *prosiding seminar nasional & internasional*. Demak: LPPM - Universitas Muhammadiyah Semarang.

Marthasari, G. I. (2017). Rancang bangun dan implementasi website e-commerce ukm gs4 malang menggunakan metode prototyping. In *Seminar Nasional Teknologi dan Rekayasa (SENTRA) 3* (pp. 1–10).

Purwanti, T. (2011). Potensi E-commerce Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*.

Rewah, J. M. (2018). Pengaruh Promosi Berbasis Teknologi Informasi Terhadap Pengusaha Muda Universitas Klabat. *Cogito Smart Journal*, *4*(1).

Rulia Puji Hastanti; Bambang Eka Purnama; Indah Uly Wardati. (2015). Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan. *Jurnal Bianglala Informatika*, *3*(2).

Sadgotra, W. Y., & Saputra, E. H. (2013). Perancangan online marketplace untuk usaha kecil dan menengah (ukm) di kabupaten purworejo. *Jurnal Ilmiah DASI*, *14*(4), 54–58.

Siswanto, T. (2013). pemasaran online melalui sosial media. *Jurnal Liquidity*, *2*(1), 80–86.

Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2013). *Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean*.

Sundari, J. (2017). E-marketplace desa gerabah untuk pengrajin di desa bumi jaya serang banten. *Journal Industrial Servicess*, *3*(1), 68–73.

Copyright © 2018, Tutik; Nur; Gita; Hidayah

ISSN 2615-2924 (online)