



PENGAYAAN E-COMMERCE VISUAL MERCHANDISING UNTUK PRODUK UMKM ANSOR RITEL KABUPATEN SERANG

Arum Wahyuni Purbohastuti^{1*}, Asmi Ayuning Hidayah²,
Farah Putri Wenang Lusianingrum³

^{1,2,3}Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia, arum_wp@untirta.ac.id¹

ABSTRAK

Abstrak: Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang di Oktober Tahun 2020 ini menembus angka 25.000 mengalami peningkatan sebelumnya di awal tahun 2020 baru mencapai 16.000 UMKM. Gerakan Pemuda Ansor Propinsi Banten sebagai organisasi massa kepemudaan terbesar di Propinsi Banten menangkap potensi pemuda yang bergerak di bidang UMKM sangat tepat menajadi alternatif pemberdayaan ekonomi sekaligus Salah satu yang dilakukan oleh GP Ansor yaitu dengan menciptakan wirausaha muda melalui UMKM Ansor ritel. Melalui UMKM Ansor ritel diharapkan mampu membangun sebuah ekosistem bagi anggota Ansor khususnya kabupaten Serang. Namun di era digital ini, Ansor ritel membutuhkan keterampilan untuk menghadirkan produk yang menarik konsumen, dimana penjualan dilakukan secara offline dan online. Tujuan dari kegiatan ini antara lain meningkatkan *skill* SDM pelaku UMKM Ansor ritel cara membuat tampilan desain produk agar menarik minat konsumen dan meningkatkan *skill* SDM pelaku UMKM binaan Ansor ritel dalam Teknik memfoto produk dengan bantuan alat *visual merchandising* agar menarik minat konsumen. Hal ini yang melatarbelakangi pentingnya untuk dilakukan pendampingan dari pihak Perguruan Tinggi dengan menggunakan metode pendampingan dan pelatihan *e-commerce visual merchandising*. Hasil dari kegiatan ini yaitu wirausaha muda UMKM Ansor ritel mampu menggunakan alat foto studio mini *visual merchandising*.

Kata Kunci: Pendampingan; *Skill* SDM; *e-commerce*; *visual merchandising*.

Abstract: Number of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Serang Regency in this October 2020 has broken through the 25,000 mark, it has increased previously, at the beginning of 2020, it had only reached 16,000 MSMEs. Banten Province Anzor Youth Movement as a youth mass organization largest in Banten Province captures the potential of youth engaged in the field of MSMEs are very appropriate to be an alternative to economic empowerment as well as Wrong One thing that GP Anzor does is by creating young entrepreneurs through retail Anzor SMEs. Through retail Anzor SMEs, it is hoped that they can build an ecosystem for Anzor members, especially Serang district. But in this digital era, retail Anzor needs skills to presenting products that attract consumers, where sales are made offline and online. The purpose of this activity is to improve the HR skills of retail Anzor MSME actors to make product design displays to attract consumers' interest and improve the HR skills of MSME actors assisted by retail Anzor in the technique of photographing products with the help of visual merchandising tools to attract consumer interest. This is why it is so important to do assistance from the Universities using the . method visual merchandising e-commerce mentoring and training. The result of this activity is that young entrepreneurs of retail Anzor SMEs are able to use mini visual merchandising photo studio tools.

Keywords: Mentoring; Human Resources Skills; *e-commerce*; *visual merchandising*.



Article History:

Received : 03-09-2021
Revised : 15-09-2021
Accepted : 29-10-2021
Online : 30-10-2021



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. PENDAHULUAN

Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Serang di Oktober Tahun 2020 ini menembus angka 25.000 mengalami peningkatan sebelumnya di awal tahun 2020 baru mencapai 16.000 UMKM (Hasanudin, 2020). Kondisi ini tentunya perlu mendapatkan perhatian, dikarenakan adanya pandemi covid 19 menjadikan salah satu faktor yang memberikan kontribusi tertinggi warga masyarakat Kabupaten Serang giat memberdayakan usaha melalui UMKM (Yasa, 2018). Gerakan Pemuda Ansor Propinsi Banten sebagai organisasi massa kepemudaan terbesar di Propinsi Banten menangkap potensi pemuda yang bergerak di bidang UMKM sangat tepat menjadi alternatif pemberdayaan ekonomi sekaligus Salah satu yang dilakukan oleh GP Ansor yaitu dengan menciptakan wirausaha muda melalui UMKM Ansor ritel (Faribi, 2020). Melalui UMKM Ansor ritel diharapkan mampu membangun sebuah ekosistem bagi anggota Ansor khususnya kabupaten Serang (Nainggolan, 2020). Ekosistem ekonomi ini merupakan kewirausahaan yang dijalankan oleh anggota Ansor sebagai pangsa pasar tersendiri. Namun di era digital ini, Ansor ritel membutuhkan keterampilan untuk menghadirkan produk yang menarik konsumen, dimana penjualan dilakukan secara *offline* dan *online* (Clarissa, 2019). Toko retail merupakan tempat konsumen untuk melakukan pembelian, baik itu terencana maupun tidak terencana (Pancaningrum, 2017).

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Ansor ritel dengan cara meningkatkan strategi pemasaran secara online (Ekawati & Sha, 2019). Salah satu strategi pemasaran bisnis ritel yang perlu diperhatikan yaitu dengan teknik visual merchandising (Arifah & Saputri, 2018). Visual merchandising merupakan factor eksternal, yang dapat mendorong konsumen untuk membeli bahkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Mohammad Mahmoudi Maymand, 2012). Program pengabdian masyarakat ini lebih menitikberatkan pada pengembangan strategi *e-commerce* visual merchandising, yaitu cara yang dilakukan oleh penjual online dalam menampilkan gambar produknya semenarik mungkin agar calon pembeli tertarik dan memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan (Kasmi & Candra, 2017).

E-commerce didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu (C,K, Laudon and traver, 2017). Dimana manfaat dari *e-commerce* yaitu untuk mempermudah komunikasi dari produsen ke konsumen, selain itu untuk mempermudah pemarkaran dan promosi barang dan jasa (Vellina & Nugroho, 2020).

Kegiatan strategi selanjutnya yaitu *visual merchandising*. Visual Merchandising adalah penyajian suatu toko atau merek dan barang

dagangan kepada pelanggan melalui tim kerja dari iklan toko, display, event tertentu, koordinasi fashion, dan merchandising departement untuk menjual barang dan jasa yang ditawarkan oleh gerai toko (Mohammad Mahmoudi Maymand, 2012). Tujuan dari visual merchandising adalah untuk mengedukasi pelanggan dalam meningkatkan citra toko atau perusahaan dan mendorong beberapa penjualan dengan menunjukkan pakaian bersama dengan aksesoris (Fring G.S, 2014).

Ansor ritel kabupaten Serang memegang peranan kunci sebagai pembina dan motivator bagi pelaku UMKM Ansor ritel. Untuk mengembangkan Teknik promosi secara online dengan menggunakan strategi *e-commerce visual merchandising* (Bhatti & Latif, 2014). Namun, Ansor ritel membutuhkan mitra pendamping untuk memberikan pengayaan *skill e-commerce visual merchandising* agar produk UMKM Ansor ritel kabupaten Serang mampu bersaing. Kondisi ini disebabkan pembinaan yang selama ini telah dilakukan oleh UMKM Ansor ritel kabupaten Serang belum menunjukkan hasil yang maksimal. Dengan demikian diharapkan pihak Perguruan Tinggi khususnya bidang manajemen pemasaran mampu memberikan pendampingan dengan metode *coaching e-commerce visual merchandising* pada UMKM Ansor ritel kabupaten Serang. Hal ini tentunya memerlukan kerjasama antara pihak Perguruan tinggi dengan UMKM Ansor ritel kabupaten Serang.

B. METODE PELAKSANAAN

Pemecahan permasalahan untuk meningkatkan *skill* SDM pelaku UMKM Ansor ritel kabupaten Serang dapat dilakukan dengan berkolaborasi dengan perguruan tinggi. Selanjutnya, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan cara pendampingan disertai dengan pelatihan yang dapat diimplementasikan dalam empat tahapan antara lain (1) sosialisasi, (2) persiapan, (3) pelaksanaan kegiatan, dan (4) monitoring dan evaluasi.

Tabel.1. Jenis kegiatan, partisipasi mitra, luaran kegiatan dan solusi masalah.

No	Jenis Kegiatan	Partisipasi Mitra	Luaran Kegiatan	Solusi masalah
1.	Sosialisasi PPM	Pihak dari perguruan ting memberikan jadwal kegiatan pada Ansor ritel kemudian disosialisasikan pada anggota UMKM	UMKM Ansor ritel mengetahui waktu pelaksanaan PPM	Menggunakan media komunikasi online dan offline
2.	Persiapan	Pihak Ansor ritel dan perguruan tinggi menyiapkan tempat dan alat-alat untuk pendampingan dan pelatihan	SDM UMKM Ansor ritel menyiapkan produk untuk dibawa pada kegiatan pelatihan	Menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan pada saat kegiatan

3.	Pelaksanaan Kegiatan	Pihak Ansor ritel dan perguruan tinggi mendampingi pada saat pendampingan disertai dengan pelatihan <i>e-commerce visual merchandising</i>	SDM UMKM Ansor ritel mampu membuat tampilan desain produk dan teknik memfoto produk dengan bantuan alat <i>visual merchandising</i>	Pendampingan dan pelatihan
4.	Monitoring dan Evaluasi (Monev)	Monitoring dan evaluasi bersama tim PPM	Melakukan monev	Dilakukan pendampingan terhadap tim monev dari UMKM Ansor ritel

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kepatuhan Tim Pelaksana

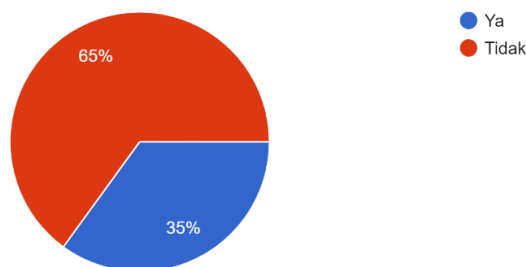
Tabel 2. Jenis Kepakaran Tim Pelaksana.

No	Nama	Kepakaran	Fakultas	Tugas
1.	ArumWahyuni Purbohastuti, S.E., M.Si.	1. Manajemen Pemasaran 2. Manajemen Produk	Fakultas Ekonomi dan bisnis Prodi D3 Manajemen Pemasaran	1. Ketua tim PPM 2. Memberikan pemahaman tentang Pemasaran 3. Memberikan pelatihan tampilan desain produk 4. Melakukan pendampingan pada UMKM Ansor ritel selama pengabdian berlangsung 5. Monitoring, evaluasi teori dan praktek pelaksanaan pengabdian
2.	Asmi Ayuning Hidayah, S.E., M.Si.	1. Pengantar bisnis 2. E-business & e-commerce	Fakultas Ekonomi dan bisnis Prodi D3 Manajemen Pemasaran	1. Anggota tim PPM 3. Memberikan pelatihan <i>e-business & e-commerce</i> 2. Melakukan pendampingan pada UMKM Ansor ritel selama pengabdian berlangsung 3. Monitoring, evaluasi teori dan praktek pelaksanaan pengabdian

3.	Farah Putri Wenang Lusianingrum, S.Pd., M.Sc.	1. Praktika Perencanaan Pemasaran 2. Manajemen Pembelian Produk	Fakultas Ekonomi dan bisnis Prodi D3 Manajemen Pemasaran	1. Anggota tim PPM 2. Memberikan pelatihan Teknik memfoto produk dengan bantuan alat <i>visual merchandising</i> . 3. Melakukan pendampingan pada UMKM Ansor ritel selama pengabdian berlangsung 4. Monitoring, evaluasi teori dan praktek pelaksanaan pengabdian
4.	Wanda Azizah Haeti Suryanto	Mahasiswa D3 Pemasaran	Fakultas Ekonomi dan bisnis Prodi D3 Manajemen Pemasaran	Membantu tim dosen untuk mendampingi pelatihan Teknik memfoto
5.	Silfiana	Mahasiswa D3 Pemasaran	Fakultas Ekonomi dan bisnis Prodi D3 Manajemen Pemasaran	Membantu tim dosen untuk mendampingi pelatihan Teknik memfoto

Kegiatan Pengabdian pada masyarakat dilakukan dengan cara pendampingan disertai pelatihan (Hasbahuddin & Ilham, 2018). Pada pelatihan disini, Ketua tim PPM memberikan pemahaman tentang pemasaran secara umum dan tampilan desain produk yang layak untuk dijual. Setelah itu dilanjutkan oleh anggota tim yang memberikan pelatihan *e-business & e-commerce* menggunakan perangkat elektronik seperti handphone dan laptop. Pada pelatihan inti anggota tim yang didampingi oleh mahasiswa memberikan pelatihan teknik memfoto produk dengan bantuan alat *visual merchandising*. Pada tahap pertama peserta mencoba merakit alat *visual merchandising*, kemudian dilanjutkan peserta mencoba memfoto produk dengan bantuan *handphone* dan alat *visual merchandising*. Sehingga peserta memahami cara memakai alat *visual merchandising*, dimana alat tersebut disumbangkan untuk UMKM binaan Ansor Ritel Serang. Setelah pelatihan ini, peserta diwajibkan mengisi kuesioner menggunakan googleform terkait dengan pemahaman isi materi dan tingkat kepuasan dari pelatihan *visual merchandising* dengan hasil kuesioner pada gambar dibawah ini.

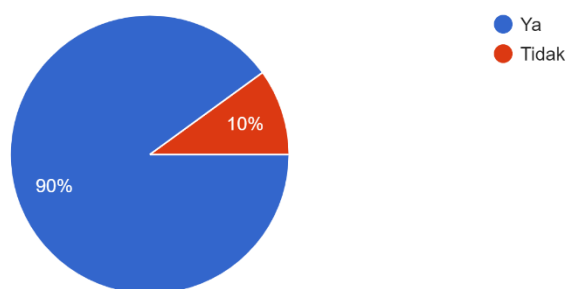
Apakah Anda bisa menggunakan alat studio foto mini? (sebelum pelatihan)
20 jawaban



Gambar 1. Hasil Survey Pemahaman Peserta Pelatihan (sebelum dilakukan pelatihan).

Hasil survey menunjukkan bahwa tingkat keterampilan peserta sebelum mendapatkan pelatihan cara menggunakan alat *visual merchandising* yaitu 65 persen menjawab tidak bisa menggunakan alat tersebut sedangkan 35 persen menjawab bisa menggunakan alat tersebut. Gambar 2 menunjukkan perubahan hasil pemahaman dari peserta pelatihan dapat dilihat sebagai berikut.

Apakah Anda bisa menggunakan alat studio foto mini? (setelah pelatihan)
20 jawaban

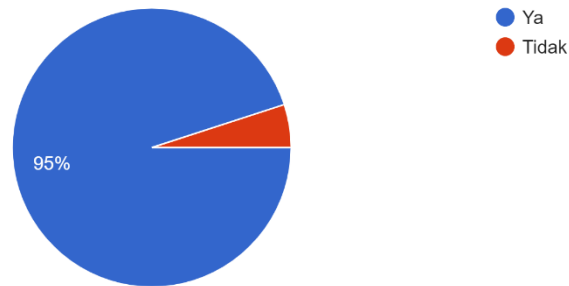


Gambar 2. Hasil Survey Pemahaman Peserta Pelatihan (setelah dilakukan pelatihan)

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa adanya perbedaan dari sebelum dan sesudah pelatihan. Sejumlah 90 persen menjawab bahwa setelah pelatihan peserta bisa menggunakan alat *visual merchandising*, sisanya sejumlah 10 persen menjawab tidak bisa menggunakan alat tersebut. Tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan pelatihan alat *visual merchandising* secara umum dapat dilihat pada gambar 3.

Secara umum mitra puas terhadap kegiatan PKM?

20 jawaban



Gambar 3. Hasil Survey Kepuasan Peserta Pelatihan

Hasil dari survey kepuasan secara umum terhadap peserta pelatihan sejumlah 95 persen menjawab puas dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan menggunakan alat *visual merchandising*. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4. Pelatihan menggunakan alat *visual merchandising*.

Pada kegiatan pengabdian ini, peserta pelatihan dianjurkan untuk mempraktekan teknik memfoto menggunakan alat bantu *handphone* dan studio mini agar setelah kegiatan ini peserta mampu menggunakan alat tersebut. Dimana dari hasil kegiatan ini, peserta memilih foto yang terbaik untuk diupload pada laman web Ansor Ritel Serang. Pada gambar 5 peserta melakukan foto bersama dengan pemateri dan ketua Ansor ritel Serang.



Gambar 5. Foto bersama dengan pemateri, ketua Ansor ritel Serang dan peserta UMKM.

Penutupan kegiatan dilakukan dengan acara foto bersama yang dibagi menjadi beberapa sesi karena mengingat sedang adanya pandemic covid 19. Sehingga tim melakukan pembatasan jumlah peserta untuk pengambilan foto bersama. Secara keseluruhan kegiatan pengabdian ini berjalan dengan lancar dan memberikan hasil yang memuaskan bagi peserta pelatihan. Kegiatan pelatihan ini memberikan ilmu berupa pemahaman akan *e-commerce* dan keterampilan menggunakan alat studio mini bagi anggota UMKM binaan Ansor ritel kabupaten Serang .

Keberhasilan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bisa dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan pada peserta pelatihan yang dibagi menjadi beberapa aspek yaitu tingkat pemahaman materi, tingkat kesesuaian pelatihan dengan kebutuhan peserta, tingkat kepuasan peserta secara umum dari kegiatan pelatihan. Sejumlah 100 persen menjawab pelatihan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan. Sehingga pengabdian masyarakat yang dilakukan sudah sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema pengayaan *e-commerce visual merchandising* untuk produk UMKM Ansor ritel kabupaten Serang diperoleh tingkat kepuasan peserta pelatihan sejumlah 95 persen dan tidak puas sejumlah 5 persen. Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan dengan metode pendampingan dapat disimpulkan berjalan dengan baik. Dari pelatihan tersebut juga memberikan manfaat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada peserta bahwa setelah pelatihan, pemahaman dan ketrampilan peserta dalam menggunakan alat studio mini *visual merchandising* meningkat dimana sejumlah 90 persen peserta bisa menggunakan alat tersebut.

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dianalisa bahwa pelaku UMKM seharusnya mengikuti perkembangan tren teknologi

yang sedang berlangsung dipasar industri agar tidak tertinggal dengan pesaing yang lain. Selain itu pelaku UMKM sudah seharusnya menggunakan dan memahami pentingnya *e-commerce* di era pandemic covid 19 ini. Saran dari penulis untuk pengabdian lanjutan yang dilakukan oleh penulis yang lain hendaknya merangkul para pelaku UMKM dengan memberikan strategi bersaing ditengah pandemic Covid-19. Dimana UMKM merupakan salah satu penguat perekonomian bangsa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema pengayaan e-commerce visual merchandising untuk produk UMKM Ansor ritel kabupaten Serang mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Selain itu Tim PKM mengucapkan terima kasih pada pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan antara lain ketua Ansor ritel kabupaten Serang dan mahasiswa yang membantu jalannya pelatihan disertai pendampingan pada UMKM binaan Ansor ritel.

DAFTAR RUJUKAN

- Arifah, F. Q., & Saputri, M. E. (2018). El efecto de la comercialización visual en la compra de impulsos - Miniso de Bandung Indonesia. *Sosiohumanitas*, *XX*(1), 109–123.
- Bhatti, K. L., & Latif, S. (2014). The Impact of Visual Merchandising on Consumer Impulse Buying Behavior. *Eurasian Journal of Business and Management*, *2*(1), 24–35.
- C,K, Laudon and traver. (2017). *E-Commerce 2014* (10th Editi).
- Clarissa, F. (2019). *Mengguynakan Online Visual Merchandising Untuk toko Anda*. <http://www.clarissafalls.com/2019/10/08/menggunakan-online-visual-merchandising-untuk-toko-anda/>
- Ekawati, S., & Sha, T. L. (2019). Implementasi Strategi Manajemen Ritel Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, *2*(1), 48–57. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v2i1.4316>
- Faribi, A. (2020). *Bangun Ekosistem Kemandirian Ekonomi Organisasi, PC GP Ansor Jombang Gerakkan Program Sahabat Retail Nusantara*. RMol Jatim. <https://www.rmoljatim.id/2020/09/24/bangun-ekosistem-kemandirian-ekonomi-organisasi-pc-gp-ansor-jombang-gerakkan-program-sahabat-retail-nusantara>
- Fring G.S. (2014). *Fashion: from concept to customer* (9th editio).
- Hasanudin, D. (2020). *BLT UMKM, Diskoperindag Kabupaten Serang*. Kabaranten. <https://kabaranten.pikiran-rakyat.com/bisnis/pr-59791287/blt-umkm-diskoperindag-kabupaten-serang-sampaikan-ini>
- Hasbahuddin, S., & Ilham, M. (2018). MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Konselor Sebaya Sebagai Strategi Pemecahan Masalah Siswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume, 1*(2012).

- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal AKTUAL*, 15(2), 109. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Mohammad Mahmoudi Maymand. (2012). Impulse buying: the role of store environmental stimulation and situational factors (An empirical investigation). *African Journal of Business Management*, 5(34). <https://doi.org/10.5897/ajbm11.2112>
- Nainggolan, E. (2020). *UMKM bangkit, ekonomi Indonesia terungkit*. Artikel DJKN. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Pancaningrum, E. (2017). Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 17(1), 23–40.
- Vellina, V., & Nugroho, A. (2020). PENGARUH VISUAL KEMASAN PADA PRODUK PRIVATE LABEL MINIMARKET ALFAMART TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN [The Influence of Packaging ' s Visual of Alfamart Minimart Private Label on Buying Decision]. *Jurnal Titik Imaji*, 3, 51–59. <http://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/> Hasil
- Yasa, A. (2018). *GP Ansor Dorong Pemberdayaan UMKM*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180425/87/788397/gp-ansor-dorong-pemberdayaan-umkm>