

PENGABDIAN MASYARAKAT “PROGRAM PELATIHAN DESAIN MENARIK DAN PEMASARAN DIGITAL DALAM BERWIRAUSAHA PADA DESA PILANGSARI”

Melia Handayani, Syifa Fajar Maulani, Rubby Rahman Tsani, Cynthia Vita,
Gadis Sari Rahayu, Rika Sabrina Zahra

Program Studi Logistik Kelautan, Universitas Pendidikan Indonesia, Serang, Banten, Indonesia

Corresponding author: Melia Handayani
E-mail : melia.handayani@upi.edu

Diterima 28 September 2023, Direvisi 30 Oktober 2023, Disetujui 01 November 2023

ABSTRAK

Triwulan-3 tahun 2022 tercatat perkembangan ekonomi Indonesia. Sektor perdagangan muncul sebagai sumber pertumbuhan ekonomi tertinggi ketiga sebesar 0,71%. Data ini mencerminkan berwirausaha semakin menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia sebagai sumber pendapatan mereka. Di era digital saat ini, peluang berwirausaha semakin besar, terutama dengan adanya platform E-commerce yang memungkinkan para pengusaha untuk memasarkan produknya ke seluruh wilayah Indonesia. Namun, masih ada sebagian masyarakat yang kesulitan mengikuti perkembangan zaman, terutama dalam hal desain pengemasan yang menarik, pemasaran digital, dan teknologi pengemasan yang aman untuk distribusi ke seluruh wilayah Indonesia. Rendahnya penjualan online dan teknologi pengemasan di Desa Pilangsari menunjukkan perlunya pelatihan. Untuk mengatasi permasalahan ini, metode yang dijalankan adalah melalui pengabdian kepada masyarakat di Desa Pilangsari. Program ini mencakup pelatihan desain pengemasan menarik, pemasaran digital, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Tujuannya adalah memberikan pengetahuan tentang teknologi digital dan teknologi pengemasan kepada peserta, sehingga mereka dapat menjadi wirausaha yang mampu beradaptasi dengan teknologi.

Kata kunci: perdagangan; wirausaha; *e-commerce*; teknologi; *packaging*.

ABSTRACT

The 3rd quarter of 2022 recorded Indonesia's economic development. The trade sector emerged as the third highest source of economic growth at 0.71%. This data reflects that entrepreneurship is increasingly becoming the main choice for Indonesians as their source of income. In today's digital era, the opportunities for entrepreneurship are getting bigger, especially with the existence of E-commerce platforms that allow entrepreneurs to market their products throughout Indonesia. However, there are still some people who have difficulty keeping up with the times, especially in terms of attractive packaging design, digital marketing, and safe packaging technology for distribution throughout Indonesia. The low level of online sales and packaging technology in Pilangsari Village indicates the need for training. To overcome this problem, the method is through community service in Pilangsari Village. The program includes training on attractive packaging design, digital marketing, training, mentoring, and evaluation. The goal is to provide knowledge about digital technology and packaging technology to participants, so that they can become entrepreneurs who are able to adapt to technology.

Keywords: trade; entrepreneurship; e-commerce; technology; packaging.

PENDAHULUAN

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) tercatat Sumber Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan-3 2022 Menurut Lapangan Usaha, perdagangan menjadi sumber pertumbuhan tertinggi ke-3 yakni sebesar 0,71%. Di Pulau Jawa sumber pertumbuhan ekonomi utamanya berasal dari perdagangan serta informasi dan komunikasi. Dari data tersebut menggambarkan bahwa di masa kini berwirausaha menjadi pilihan yang tepat sebagai sumber penghasilan dan dapat

diandalkan untuk menunjang kehidupan. Pada data Distribusi dan Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha Triwulan 3-2022 (y-on-y) tercatat sektor perdagangan mengalami pertumbuhan sebesar 5,35. Ini menunjukkan bahwa ekonomi di Indonesia mengalami pertumbuhan, meningkatnya perekonomian Indonesia pun dilansir bahwa banyak para wirausaha mendirikan kreativitasnya sebagai seorang kewirausahaan.

Creativepreneur berasal dari dua kata yaitu *creative* dan *entrepreneur*. Kata *creative*

berasal dari bahasa latin *creatio* yang artinya menciptakan, membuat. Pemikiran kreatif (*Creative Thought*) merupakan proses mental yang melibatkan kemampuan *creative problem solving* dan penemuan ide atau konsep baru, kemudian menghubungkan keterkaitan antara ide / konsep yang telah ada sebelumnya. Dari sudut pandang ilmiah, produk dari pemikiran kreatif harus memiliki nilai orisinal dan kelayakan yang tinggi. Pemikiran kreatif telah dipelajari dari berbagai disiplin ilmu, seperti psikologi perilaku dan sosial, ilmu kognitif, filsafat, estetika, sejarah, ekonomi, riset desain, bisnis dan manajemen.

Creativepreneur muncul karena banyak dari mereka yang mengolah kreativitas menjadi bisnis. *Creativepreneur* juga dapat berinovasi dengan ide-ide yang mereka miliki, kreativitas dan berinovasi merupakan dua hal yang berbeda. Kreativitas mengacu pada kegiatan untuk menghasilkan ide baru, sedangkan inovasi adalah proses keseluruhan dari produksi ide kreatif sampai penerapan ide kreatif tersebut dalam konteks yang spesifik. Beberapa karakteristik *creativepreneur* di zaman sekarang yaitu : *Passion, Creative & Innovative, Market Sensitivity, Calculated risk taker, Persistent, High Ethical Standard*.

Seorang *creativepreneur* diharapkan mampu melihat masa depan dan trend yang terus berkembang serta berinovasi dan tidak takut mencoba hal baru. Visi dan misi yang dibuat bukan untuk kepentingan sendiri melainkan untuk mensejahterakan masyarakat sekitar, bangsa dan negara. *Creativepreneur* harus terus berpikir positif agar mampu meningkatkan rasa kepercayaan diri dan selalu bersikap baik kepada orang lain. Perilaku yang baik akan menghasilkan kinerja gemilang yang berdampak besar pada kehidupan sekitar.

Seluruh masyarakat Indonesia tentunya ingin memiliki pekerjaan yang layak untuk mengusahakan kehidupan yang lebih baik. Akan tetapi, pengangguran masih menjadi masalah yang belum bisa terselesaikan hingga saat ini. Tercatat di BPS (Badan Pusat Statistik) Februari 2023 jumlah (ribu orang) pengangguran di Indonesia adalah 7 989,28.

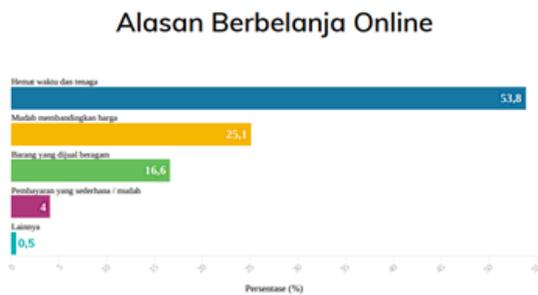
Selain kemiskinan, akibat yang akan timbul jika angka pengangguran semakin tinggi salah satunya adalah meningkatnya tindakan kriminalitas. Tindakan kriminal muncul akibat tekanan psikologis seperti depresi, krisis ekonomi, ketidaksetaraan ataupun ketimpangan yang terjadi di kehidupan masyarakat. Tekanan tersebut menyebabkan para penganggur melakukan tindakan yang melanggar norma dan hukum, agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari nya yang

menyebabkan masalah sosial lainnya seperti tindakan kejahatan ataupun kriminalitas.

Di setiap potensi masyarakat ada masyarakat desa yang dituntut harus mampu mengikuti perkembangan zaman salah satunya perkembangan di bidang wirausaha. Era globalisasi dimana teknologi semakin berkembang, persaingan bisnis yang semakin ketat, para *entrepreneur* berlomba-lomba memanfaatkan teknologi untuk menarik konsumen agar menggunakan produk mereka salah satunya dengan membuat kemasan produk yang menarik. Istilah "estetika" kerap kali terdengar di zaman sekarang karena secara tidak langsung "keestetikaan" dari sebuah model kemasan menjadi "perangkap emosional" yang sangat ampuh untuk menarik minat beli konsumen. "Keestetikan" pengemasan merupakan bukti perkembangan ilmu desain.

Keadaan ini sangat berbeda dengan masa sebelumnya dimana kemasan suatu produk monoton hanya dengan menggunakan bahan plastik, *styrofoam* ataupun kardus yang polos juga paduan warna yang kurang menarik. Di era digitalisasi sekarang ini kemasan bisa dengan mudah dibuat menjadi lebih menarik, dimulai dengan bentuk kemasan yang sangat beragam, lebih ramah lingkungan, paduan warna yang serasi, juga ilustrasi-ilustrasi yang ditambahkan yang menarik perhatian konsumen. Ini didukung juga dengan hadirnya berbagai aplikasi desain yang membuat desain semakin mudah dan menarik. Desain kemasan merupakan salah satu cara untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin ketat. Daya tarik produk sangat dipengaruhi oleh kemasan. Kemasan dikatakan sebagai penyebab karena berhadapan langsung dengan konsumen. Dengan itu kemasan harus mampu mempengaruhi konsumen membeli produk; karena tujuan akhir dari pengemasan ialah menciptakan penjualan (Iwan Wiry, 1999).

Belanja online merupakan bukti lainnya dari perkembangan teknologi dibidang wirausaha. Metode belanja online kini lebih dipilih masyarakat Indonesia alasannya karena hemat waktu dan tenaga (53,8%) dan mudah membandingkan harga (25,1%). Jadi masyarakat lebih mempunyai pilihan dalam membeli produk mereka sehingga masyarakat lebih tertarik belanja online.



Gambar 1. Persentase Alasan Berbelanja Online 2022 (Sumber : katadata).

Kegiatan berbelanja online semakin meningkat dari tahun ke tahun. Kemudahan transaksi pembayaran yang disediakan berbagai platform *E-commerce* salah satu sebab masyarakat beralih berbelanja secara online. Dengan itu semua *E-commerce* terus meningkatkan fitur-fiturnya. Dengan metode *E-commerce* konsumen bisa mendapatkan produk tanpa harus mendatangi toko secara langsung.

Metode pemasaran pada saat ini sangat berbeda. Sebelumnya pemasaran dilakukan dengan melihat target dan peluang pasar secara langsung atau disebut *door-to-door*, sekarang pemasaran hanya cukup dengan membuat konten semenarik mungkin dan di *upload* pada platform-platform yang ada maka produk bisa dikenal di seluruh wilayah Indonesia.

Sumber Daya Manusia menjadi kunci utama dalam peningkatan taraf ekonomi suatu daerah. SDM sebagai penggerak untuk mencapai suatu tujuan organisasi dan kini dianggap sebagai aset yang terus dikembangkan untuk mencapai tujuan organisasi dengan lebih efektif dan efisien.

Pembangunan yang terjadi tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi. Dari penggunaan teknologi telepon genggam hingga internet dengan segala fitur yang tersedia sudah menggapai seluruh aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi tidak hanya terjadi di daerah perkotaan, akan tetapi sampai daerah pedesaan pun teknologi berkembang, contohnya telepon genggam atau *Handphone*. Hampir semua mulai dari kalangan ana-anak hingga orang tua, di desa dan di kota memiliki *Handphone*.

Dengan adanya internet semua permasalahan dapat dicari solusinya. Selain itu ini sangat menguntungkan *entrepreneur* dalam memasarkan produknya dengan lebih mudah ke seluruh wilayah Indonesia. Namun perkembangan teknologi belum tersebar secara merata, masih ada masyarakat di Indonesia

yang belum bisa mengikuti perkembangan zaman termasuk dalam dunia wirausaha, seperti pada masyarakat desa Pilangsari. Disana masih rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai penjualan secara online dan pengemasan produk yang menarik. Karena itu tim Pengabdian Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Serang melakukan pengabdian kepada masyarakat di desa Pilangsari yang diisi dengan program pelatihan desain pengemasan menarik, pemasaran digital, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Tujuannya adalah memberikan pengetahuan tentang teknologi digital dan teknologi pengemasan kepada peserta, sehingga mereka dapat menjadi wirausaha yang mampu beradaptasi dengan teknologi.

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi (Anggito dan Johan, 2018: 8-9). Melalui penelitian kualitatif menurut Basrowi & Suwandi (2008:2), peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif dapat memperoleh wawasan yang lebih luas dan mendalam serta mendapatkan pemahaman yang komprehensif terkait isu-isu yang muncul dalam hal ini. Sedangkan penelitian deskriptif menurut Sukardi (2003:157) menjelaskan tentang penelitian yang bertujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek penelitian secara tepat. Kemudian, metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Menurut Sukmadinata (2011, hlm. 72), penelitian dengan metode deskriptif baik dengan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif, ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena apa adanya.

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Serang, Menggelar kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) pada Kamis, 06 Juli 2023 Kegiatan ini menjalankan program pelatihan desain pengemasan menarik dan pemasaran digital dalam berwirausaha di Desa Pilangsari, Cirebon. Kegiatan ini melibatkan Ibu/Bapak Dosen serta para mahasiswi Prodi Logistik Kelautan. Adapun penyelenggaraan kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan 5 metode yakni Pertama, pembekalan penerangan mengenai desain pengemasan dan pemasaran digital yang mencakup definisi kemasan, tujuan

kemasan, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam desain produk, langkah awal membuat kemasan, pembahasan digital marketing, jenis-jenis digital marketing, manfaat dari digital marketing, cara memulai digital marketing serta memberikan motivasi-motivasi untuk berwirausaha. Dimana dalam mempelajari kewirausahaan ini melatih keberanian dan sikap seseorang dalam melakukan upaya pada pemasaran digital ataupun memilih kemasan yang baik untuk produk yang akan dijual. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan branding di media sosial guna memperkenalkan produk secara luas melalui berbagai konten menarik serta mengandalkan kemampuan dan potensi yang ada.

Kedua, pembekalan penerangan terkait pemasaran digital untuk UMKM yang memberikan pemahaman tentang marketing funneling, menjelaskan alasan masyarakat Indonesia menggunakan E-commerce, serta pentingnya mengelola database kontak yang dimiliki. Pada penerangan ini juga masyarakat menganalisis The AIDA Model agar dapat mengetahui tentang cara memasarkan produk dengan baik dan terstruktur serta mempelajari tahapan yang dilalui untuk mendapatkan konsumen, hingga sampai menjadi wirausaha yang tangguh dan kreatif.

Ketiga, metode praktik secara langsung mengenai cara pembuatan akun shopee jualan dan membuat google my business. Dalam upaya ini, dapat menyebarluaskan informasi tentang produk yang kita jual melalui sosial media serta lebih mudah melakukan penjualan melalui E-commerce shopee ataupun E-commerce lain. Walaupun terlihat sederhana, hal ini akan menimbulkan dampak dan ketertarikan untuk mendapatkan pelanggan.

Keempat, pembekalan materi terkait kemasan sebagai value identity yang meliputi definisi kemasan, menjelaskan perbandingan kemasan Grab and Go dengan Ready to Drink, membahas fungsi kemasan dari Before Sales dan After Sales. Dalam mempelajari hal ini, wirausaha dapat mengetahui pentingnya Visual Identity yang merupakan satu kesatuan kemasan produk. Pada penerangan ini, masyarakat juga belajar untuk mencari tahu atau menganalisis produk yang berbeda dari produk orang lain yang menjadi unggulan. Dalam hal ini wirausaha belajar mengenai cara Brand Blocking, agar produk lebih mudah diingat dan diketahui oleh konsumen serta memiliki ciri khas, serta masyarakat dapat menyesuaikan kemasan dengan target market ataupun kategorinya.

Kelima, metode teknik pengemasan yang baik menggunakan alat vacuum sealer untuk makanan, dimana ada beberapa tahapan yang

dilakukan untuk mencapai kemasan yang baik. Dalam pembelajaran teknik pengemasan, wirausaha dapat mempelajari dan mengamati produknya terkait kategori untuk pemilihan kemasan yang baik dan menarik. Kemasan sangat berpengaruh tinggi terhadap penjualan, karena kemasan merupakan identitas dari produk. Semakin baik kemasan, semakin konsumen akan tertarik untuk membeli produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Sosialisasi dan melakukan koordinasi dengan pihak Kepala Desa atau Kuwu Desa Pilangsari terkait dengan perizinan kegiatan dan sumberdaya yang diperlukan selama kegiatan berlangsung pada bulan Juni 2023 yang dihadiri oleh Ketua Pelaksana yakni Ibu Melia Handayani S.Pd., MBA Persiapan dilakukan dengan pendekatan berupa wawancara seputar dengan sosialisasi dan ilmu yang akan diberikan kepada masyarakat sekitar Desa Pilangsari.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan ini melibatkan 24 orang peserta mulai dari kalangan Anak muda, Ibu-ibu dan juga Bapak-bapak dari yang sudah memiliki usaha dan yang belum mempunyai usaha. dengan 3 narasumber untuk memberikan ilmu dalam pemahaman membangun kewirausahaan atau UMKM di bulan Juli tanggal 6. dengan penerangan

1. Pertama yakni oleh owner UMKM KHAKEN FOOD di Cirebon Ibu Mina dengan Judul Program pelatihan desain pengemasan menarik dan pemasaran digital.
2. Penerangan kedua oleh Dosen Universitas Pendidikan Indonesia Kamda Serang yaitu Pak Rubby Rahman Tsani S.Pd, MM. dengan judul Marketing Funnel (Membuat akun Shopee dan Google Bisnis) .
3. Penerangan ketiga oleh Dosen Universitas Pendidikan Indonesia Kamda Serang yaitu Ibu Syifa Maulani S.Pd, M.A.B. mengenai Kemasan sebagai value identity dan teknik pengemasan.



Gambar 2. Para pemateri dalam kegiatan

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah kegiatan selesai untuk mengetahui dan menilai seberapa efektif kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pilangsari yang telah dilakukan kepada seluruh peserta dari antusias para peserta yang memberikan pertanyaan - pertanyaan dan diberikan jawaban oleh para narasumber yang tujuannya untuk meningkatkan semangat dalam mendirikan dan mengembangkan kewirausahaan atau UMKM di Desa Pilangsari. Dari tahapan yang dilakukan Masyarakat Desa Pilangsari jadi lebih tau pentingnya ilmu dalam desain yang menarik dan pemasaran digital dalam berwirausaha di era sekarang ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Pematerian yang diberikan kepada para peserta dapat dilaksanakan untuk terjun langsung dalam bidang kewirausahaan melalui tahapan dan wawasan yang sudah diberikan oleh pemateri, dengan berbagai metode, seperti menganalisis The AIDA Model, cara melakukan Brand Blocking, praktik secara langsung mengenai pembuatan akun shopee jualan dan membuat google my business serta metode teknik pengemasan dengan baik. Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dapat menjadi salah satu cara bagi peserta pelatihan untuk mengetahui dan lebih memahami cara berwirausaha melalui media sosial, pemasaran digital, dan membuat kemasan produk dengan baik, serta menjadi jembatan bagi Tim Pkm untuk melaksanakan kegiatan pengabdian yang berdampak dan berkontribusi pada unit kerja.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Serang yang sudah mendukung dan memfasilitasi terselenggaranya Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terhadap Kepala Desa Pilangsari yang sudah memberikan

kesempatan dapat berkunjung dan Tak lupa terima kasih juga terhadap semua Tim Pengabdian kepada Masyarakat yang sudah memberikan waktu, tenaga, pikiran hingga terlaksananya PkM ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Badan Pusat Statistik :ekonomi Indonesia Triwulan III-2022
- Sukardi, K, D. (2002). Pengantar Pelaksanaan Anggito, A., & Johan, S. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.
- Asrori, M. (2019). PENELITIAN TINDAKAN KELAS.(P. s SUKSES, Ed.) Bandung: PT SANDIARTA SUKSES.
- Djalal, F. (2017). Optimasi Pembelajaran Melalui Pendekatan, Strategi, dan Model Pembelajaran.
- Helaludin., & Wijaya Hengki. (2019). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Noor, Z. Z. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Wekke, I, S. (2022). METODE PENGABDIAN MASYARAKAT DARI RANCANGAN KE PUBLIKASI. Indramayu: Penerbit Adab.