

## IBM KERAJINAN DOMPET DESA GIRIMUKTI – LEBAK – BANTEN

Nurhafifah Matondang<sup>1)</sup>, Tati Handayani<sup>2)</sup>, Rosali Sembiring<sup>3)</sup>

Fakultas Ilmu Komputer<sup>1)</sup>, Fakultas Ekonomi Bisnis<sup>2)</sup>

nurhafifahmatondang@yahoo.com<sup>1)</sup>, tatihandayani01@gmail.com<sup>2)</sup>, rosalisembiring@yahoo.co.id<sup>3)</sup>

### ABSTRAK

Menyadari pertumbuhan ekonomi yang tinggi dari salah satu UMKM yang ada di daerah Lebak Banten yaitu pengrajin dompet, saat ini peningkatan masih belum ada perubahan. Di era digital apabila memiliki sistem informasi manajemen yang terkelola dengan benar dan mengikuti perkembangan teknologi, manajemen pemasaran dan manajemen produksi barang yang tertata dengan baik. Sehingga dapat meningkatkan hasil produksi dan penjualan dengan lebih baik lagi dan dikenal oleh masyarakat luas melalui sistem on line marketing. Metode yang digunakan agar tercapainya kegiatan pengabdian ini dengan memberikan berbagai materi pelatihan, praktik langsung dengan aplikasi yang sudah di tentukan, memantau hasil praktik dan evaluasi hasil pelaksanaan. Sehingga hasil yang di harapkan mitra dapat memperluas pasar melalui on line marketing.

**Kata kunci** :online marketing, produksi, manajemen

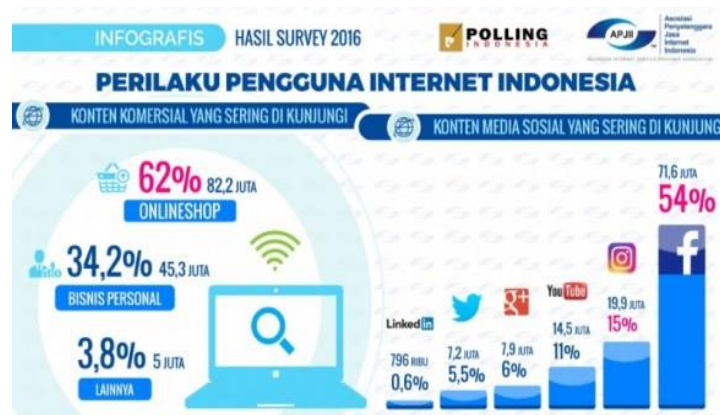
### 1. Analisis Situasi

Perkembangan teknologi di era modern ini menuntut sumber daya manusianya untuk dapat menyesuaikan dengan zamannya. Persaingan bisnis yang sangat meningkat menyebabkan para pengusaha dan UMKM dapat mengatasinya secara cepat. Pengusaha dan UMKM dituntut untuk dapat meningkatkan kinerja dengan memanfaatkan teknologi informasi dan sumber daya yang telah dimiliki. Menurut Mulyadi (2001), dalam dunia bisnis, pemanfaatan teknologi informasi menyebabkan perubahan yang luar biasa dalam persaingan, produksi, pemasaran, pengelolaan SDM, penanganan transaksi pertukaran antara perusahaan dengan customernya dan dengan perusahaan lain. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) telah mengumumkan hasil survei Data Statistik Pengguna Internet Indonesia tahun 2016. Berikut adalah rinciannya:



Gambar 1 : jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2016

Jumlah pengguna Internet di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total penggunaan Internet. Jika dibandingkan penggunaan Internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta user, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 – 2016). Tentu data / fakta ini menggembirakan, terutama bagi para pengusaha atau pemilik toko online.



Gambar 2 : perilaku pengguna internet Indonesia

Berdasarkan konten yang paling sering dikunjungi, pengguna internet paling sering mengunjungi web **onlineshop** sebesar 82,2 juta atau 62%. Dan konten **social media** yang paling banyak dikunjungi adalah **Facebook** sebesar 71,6 juta pengguna atau 54% dan urutan kedua adalah Instagram sebesar 19,9 juta pengguna atau 15%.

Pada pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut salah satu isu strategis yang diangkat oleh UPN “Veteran” Jakarta adalah bagaimana meningkatkan potensi UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Salah satunya melalui peningkatan potensi UMKM. Dengan lokasi yang berjarak +/- 125 km dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta (UPN “Veteran” Jakarta).

Kabupaten Lebak merupakan salah satu kabupaten dengan wilayah terbesar di Provinsi Banten. Namun potensi wilayah yang besar tersebut tidak diikuti dengan optimalnya pengembangan potensi sumber daya lokal. Hal ini terlihat dari banyaknya UMKM yang dimiliki Kabupaten Lebak, Banten.

Menyadari hasil survei lokasi sebelumnya permasalahan yang dihadapi oleh Mitra yaitu cara meningkatkan penjualan dompet yang terbuat dari bahan kulit yang telah didirikan oleh Bapak Sunarya.

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UPN “Veteran” Jakarta menyadari pertumbuhan ekonomi yang tinggi dari UMKM pengrajin dompet apabila memiliki sistem informasi manajemen yang telah mengikuti perkembangan teknologi, manajemen pemasaran yang baik serta manajemen produksi barang yang terkelola. Sehingga dapat meningkatkan hasil produksi dan penjualan dengan lebih baik dan dikenal oleh masyarakat luas melalui sistem on line marketing. Tim pengabdian telah mendapat dukungan perijinan dari para pengrajin yang ada di Kecamatan Cimarga di Kabupaten Lebak, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UPN “Veteran” Jakarta berencana untuk pengabdian ilmu sistem informasi manajemen, manajemen pemasaran dan manajemen produksi yang dimiliki bagi Mitra di Desa Girimukti, Kecamatan Cimarga, Kabupaten Lebak, Banten.

## 2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, terlihat bahwa usaha Mitra pengrajin Dompet Sunarya Macakal di desa Girimukti mengalami permasalahan cara meningkatkan hasil penjualan melalui manajemen pemasaran yang menggunakan media online, dimana sebelumnya mitra dalam memasarkan produk dengan mengirimkan produk ke pasar-pasar besar dan mengikuti pameran yang diikuti disekitar Banten dan Jakarta.

## 3. Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu meningkatkan pendapatan/meningkatkan hasil perekonomian Mitra di bidang pemasaran. Adapun tujuan khusus untuk mencapai hal tersebut antara lain:

1. Membantu peningkatan promosi penjualan menggunakan sistem on line
2. Membantu peningkatan manajemen pemasaran dari Mitra pengrajin Pengerajin Dompet.
3. Membantu peningkatan manajemen produksi produk dari Mitra

## 4. Solusi Permasalahan

Adapun solusi yang diberikan oleh Tim Pengabdian terhadap permasalahan untuk mengatasi permasalahan melalui kegiatan program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan skema Program Kemitraan

Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan, tim pengabdian, diharapkan dapat membantu meningkatkan kinerja Mitra secara umum dan kinerja pemasaran secara khusus. Adapun secara spesifik solusi yang akan diberikan kepada Mitra antara lain:

1. Pengenalan pemasaran konvensional dan pemasaran digital dengan mendaftarkan mitra ke beberapa toko online sehingga Mitra dapat memperluas promosi produk, diharapkan omset penjualan mitra mengalami peningkatan dari hasil penjualan sebelumnya.
2. Pengenalan bagaimana proses manajemen produksi yang baik
3. Pengenalan cara pengemasan produk sehingga lebih menarik bagi konsumen

## 5. Metode dan Tahapan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Mitra Sunarya Macakal pengrajin dompet yang digunakan agar tercapainya kegiatan pengabdian ini dengan memberikan berbagai materi pelatihan, praktik langsung dengan aplikasi yang sudah ditentukan, memantau hasil praktik dan evaluasi hasil pelaksanaan. Metode yang mengikutsertakan mitra tersebut disebut juga dengan metode partisipatif. Adapun digunakannya metode ini adalah agar Mitra juga memberikan kontribusi dalam peningkatan omset pemasukan mitra. Dengan demikian, diharapkan luaran kegiatan yang dihasilkan dapat dimanfaatkan dengan baik serta berkelanjutan oleh Mitra.

Adapun tahapan kegiatan abdimas ini terdiri atas:

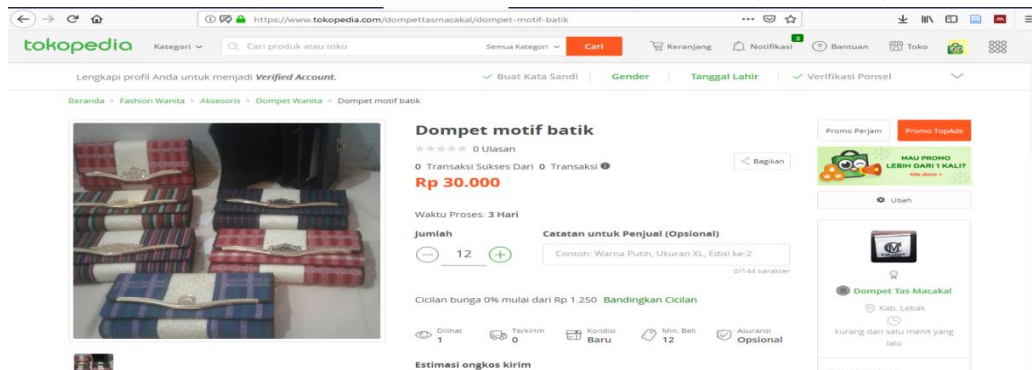
|   |   |
|---|---|
| 1. Tahap persiapan  | 2. Tahap analisis   |
| a. Survei<br>b. Penentuan lokasi<br>c. Analisis situasi wilayah dan mitra<br>d. Penulisan proposal                  | a. Analisis tahap & proses kerja kerajinan<br>b. Analisis rekam jejak konsumen dan pelanggan  |
| 3. Tahap pembuatan laporan kemajuan   | 4. Tahap Desain Kebutuhan Sistem Mitra, Manajemen Produksi dan Pemasaran  |
| 5. Tahap pelatihan dan pendampingan   | 6. Tahap evaluasi dan monitoring  |
| a. Proses pemilihan web dan toko online<br>b. Menentukan kualitas produk-produk<br>c. Menentukan strategi pemasaran | a. Dilakukan selama proses dan akhir kegiatan melalui angket kepada mitra dan tokoh masyarakat serta pejabat terkait.                             |
| 7. Tahap pembuatan laporan akhir  | 8. Tahap laporan kegiatan pembinaan Seminar hasil serta laporan ke desa Mekar Agung dan Kecamatan Cibadak serta Desa Giri Mukti Kecamatan Cimarga |

## 6. Hasil dan Luaran yang Dicapai

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat lebih memfokuskan untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai perkembangan marketing dari konvensional menuju marketing online, meningkatkan kepercayaan customer untuk bertransaksi secara online, manajemen proses produksi yang baik.

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam pelaksanaan pelatihan membangun toko online yang dilaksanakan di kantor Desa Citeras dan dihadiri sebanyak 8 mitra pengrajin dompet. 4 diantara mitra berhasil membangun toko online di Tokopedia dan 4 mitra lainnya belum berhasil karena mengalami kendala dalam perangkat mobile yang belum memenuhi akses android.

Adapun hasil yang diharapkan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat dapat dilihat seperti dibawah ini :



Gambar 3 : Toko Mitra Sunarya Macakal di Tokopedia

### 6.1 Materi Marketing Konvensional

Dalam poin ini tim pengabdian memberikan materi pemahaman kepada Mitra perkembangan marketing. Maraknya penggunaan media social sebagai sarana untuk mempromosikan produk dan jasa merupakan perkembangan teknologi digital, dalam hal ini strategi pemasaran ikut mengalami perubahan besar terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia. Strategi marketing konvensional yang masih efektif sampai sekarang digunakan diantaranya adalah :

#### a. Jaringan / Networking

Pesatnya perkembangan teknologi, pertemuan tatap muka masih akan terus berperan penting untuk kesuksesan sebuah marketing. Dengan networking mitra mendapat banyak kenalan baru yang nantinya dapat menjadi calon klien potensial, selain itu mitra juga akan mendapatkan peluang *referral*. Dengan memperluas jaringan mitra dapat melakukan perluasan pemasaran. Untuk mendapatkan dan mempertahankan banyaknya mitra yaitu fokus pada lawan bicara. Pesatnya perkembangan teknologi, pertemuan tatap muka masih akan terus berperan penting untuk kesuksesan sebuah marketing. Klien akan lebih cenderung bersedia melakukan bisnis dengan profesional yang sudah pernah ditemui atau direferensikan kepada klien.

#### b. Kartu Nama

Di era digital peranan kartu nama dianggap sudah ketinggalan jaman, karena untuk bertukar informasi saat ini dapat dilakukan dengan hadirnya platform kartu nama online. Beberapa alasan yang menunjukkan pentingnya kartu nama dalam interaksi bisnis diantaranya lebih mudah bertukar informasi tanpa membutuhkan sambungan internet, kartu nama dapat diakses kapan saja tanpa harus koneksi online ketika website sedang mengalami *downtime* dan dalam membangun koneksi kartu nama dapat digunakan sebagai ritual untuk membangun koneksi saat menghadiri perkumpulan atau acara tertentu untuk memperluas koneksi mitra dalam lingkup bisnis.

#### c. Flyers

Dalam mengembangkan usaha dan bisnis *flyer* merupakan media yang dapat dimaksimalkan sebagai media promosi guna untuk menarik konsumen untuk datang dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Metode *marketing* satu ini memang terkesan sangat *old school*, tetapi hingga kini masih cukup efektif untuk menjangkau pelanggan. Mitra dapat memasang *flyer* di berbagai tempat strategis atau memberikannya ke orang-orang secara langsung.

#### d. Artikel Cetak

Media cetak seperti surat kabar, tabloid dan majalah menjadi alternatif pertama bagi Mitra dalam mempromosikan produk dan jasa. Media promosi cetak ini merupakan sarana komunikasi pemasaran yang paling sering dijumpai di banyak tempat terutama di tempat-tempat umum dan strategis.

### 6.2 Meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam bisnis online

Hal yang paling dicari oleh penggiat bisnis online adalah bagaimana meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap pelaku bisnis. Menjaga kepercayaan pelanggan merupakan poin penting agar dapat meningkatkan keberhasilan dalam transaksi online. Maraknya isu “penipu”, “scam” dan beragam bentuk ketidakjujuran dalam dunia bisnis online pada akhirnya menjadikan pelanggan enggan untuk berbelanja dari internet.

Mitra dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam bisnis online dengan cara :

1. Memperhatikan barang yang dijual : untuk memperoleh kepercayaan dari pelanggan mitra harus memastikan kualitas barang yang dijual sesuai dengan deskripsi, seperti hasil dari pengrajin dompet macakal



Gambar 4: Hasil produksi pengrajin dompet Macakal

2. Kualitas Foto: gambar/foto modal dalam berbisnis online, sehingga pelanggan percaya apa yang kita tawarkan ada dari kualitas foto. Dengan kualitas foto yang baik akan memberi kesan usaha online yang dijalankan memiliki niat/ bukti yang kuat bahwa usaha online patut untuk dipertimbangkan untuk dipercayai. Sebaiknya foto yang di berikan juga untuk menampilkan fitur dan kegunaan dari barang yang dijual. Kecerahan yang tepat, detail deskripsi dan ukuran foto yang tak terlalu kecil.
3. Promosi yang tepat : endorsement salah satu cara promosi paling mudah saat ini, mengingat semakin meningkatnya promosi melalui media social hingga iklan pada beberapa website. Tujuannya adalah selain mendatangkan pelanggan dapat juga meningkatkan kepercayaan dari pelanggan bahwa barang yang dijual digunakan oleh orang lain.
4. Sistem yang mudah : dalam memperoleh barang pesanan pelanggan harus memperoleh informasi yang jelas dalam transaksi seperti sistem pemesanan, pembayaran, konfirmasi, hingga pengiriman barang.

### 6.3 Proses manajemen produksi yang baik

Manajemen produksi bertujuan untuk mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan yang diperlukan untuk membuat sebuah produk dengan lebih efektif dari berbagai aspek, sehingga menghasilkan praktek koordinasi, mengarahkan dan mengawasi pembuatan barang agar lebih efektif terutama dari segi biaya dan waktu. Agar mendapatkan hasil yang baik dalam manajemen produksi, maka diperlukan beberapa tahapan berikut ini :

#### 1. Perencanaan Produksi

Pada tahap awal ini seluruh rencana produksi dibahas, bagaimana produksi nanti kedepannya. Dalam tahap ini juga setiap anggota tim bisa mengajukan ide produk baru yang relevan dan efektif untuk mewujudkan tujuan organisasi. Perencanaan produksi ini harus menentukan beberapa hal dalam prosesnya. Hal-hal tersebut adalah jenis barang yang akan diproduksi, bagaimana kualitas barang, berapa jumlah barang, dari mana bahan baku, dan bagaimana pengendalian produksi.

#### 2. Pengendalian Produksi

Rencana produksi yang telah dibuat tadi perlu dilaksanakan. Nah agar berjalan sesuai dengan rencana tersebut kita perlu melakukan pengendalian atau kontrol pada proses produksi. Proses ini juga bisa disebut sebagai proses penentuan rincian teknis.

Beberapa hal yang dilakukan dalam pengendalian produksi itu seperti pengaturan jadwal kerja, pengaturan detail rencana sistem kerja, dan lain sebagainya. Tujuan tahap pengendalian produksi ini adalah mengontrol hasil produksi agar bisa berjalan dengan efektif dan efisien. Beberapa hal yang dilakukan dalam pengendalian produksi itu seperti pengaturan jadwal kerja, pengaturan detail rencana sistem kerja, dan lain sebagainya. Tujuan tahap pengendalian produksi ini adalah mengontrol hasil produksi agar bisa berjalan dengan efektif dan efisien.

#### 3. Pengawasan Produksi

Pada saat proses produksi berlangsung, harus ada pengawasan yang dilakukan. Tujuannya agar hasil produksi yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan, ontime, tidak kekurangan atau kelebihan



budget, produk sesuai dengan standar kualitas, dan lain sebagainya hingga pada bagian siap untuk diluncurkan ke pasar.

#### 6.4 Perluas pasar dengan bergabung melalui Marketplace Online

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat meningkatkan produktivitas pengusaha dan daya saing di pasar internasional. UMKM diharapkan dapat bergabung kedalam enam marketplace dengan sejumlah kementerian dan lembaga. Mereka adalah Blibli.com, Lazada, Shoopee, Tokopedia, Bukalapak dan Blanja.com. Dalam pertemuan ini peserta diberikan kesempatan untuk bergabung membuka toko online dengan salah satu marketplace yaitu Tokopedia. Harapannya adalah hasil penjualan semakin bertambah sehingga dapat meningkatkan ekonomi UMKM.

Dalam kegiatan pengabdian ini marketplace yang di fokuskan kepada mitra adalah Tokopedia karena kemudahan dalam mendaftarkan toko secara online.

#### 5.5 Dokumentasi Kegiatan :



Gambar 5: Foto bersama dengan UKM pengrajin dompet



Gambar 6 : proses penjahitan dompet



Gambar 7 : Proses merekatkan dompet

## 7. KESIMPULAN DAN SARAN

### 7.1. Kesimpulan

Kesimpulan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu mitra sangat antusias dalam meningkatkan pengetahuan berbasis mobile tapi masih mengalami kesulitan dalam memahami istilah-istilah yang berhubungan dengan teknologi pemasaran berbasis online. Perlunya pendampingan bertahap kepada mitra sehingga tidak ada kesulitan dalam menggunakan tools-tools seperti di marketplace tokopedia.com, whatsapp, Instagram dan facebook.

### 7.2. Saran

Saran keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat ini melakukan evaluasi terhadap mitra perihal penggunaan sarana media pemasaran on line diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan dan memperluas pasar secara global.

#### Ucapan Terima Kasih (jika ada)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi serta Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberi dukungan finansial terhadap penelitian ini dari awal sampai dengan selesai.

## 8. DAFTAR PUSTAKA

Afandy, Arif. Perencanaan Portofolio Aplikasi Mendatang Berdasarkan Strategi Bisnis PT. Krakatau Industrial Estate Cilegon Unit Otonom Krakatau Steel Building Management. Surabaya: Penelitian tidak diterbitkan. 2010.

Ghozali Khakim, "Pembuatan Protofolio Aplikasi Mendatang pada Perusahaan Jasa Konstruksi", ITS, Jurnal Sistem Informasi, Volume 4, Nomor 1, September 2011, hlm 28-36

Gangeshwer, D. K., "E-Commerce or Internet Marketing: A Business Review from Indian Context", International Journal of u- and e-Service, Science and Technology Vol.6, No.6 (2013), pp.187-194

Arasy Alimudin, Agus Dwi Sasono, "Peningkatan Daya Saing Produk Konveksi Usaha Kecil Berbasis Iptek Di Desa Tri Tunggal Kecamatan Babat Lamongan", Prosiding Seminar Nasional Teknologi Terapan SV UGM, 2015. <https://www.apjii.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNA INTERNET-INDONESIA-2014> (unduh : 1 Februari 2018, 15:09)

Juanita, S. (2011), Analisa strategis bisnis penjualan online, Proceeding Politeknik Telkom

Ida Ayu, K. (2017), Peningkatan Pendapatan Melalui Pengelolaan Bernilai Tambah pada Usaha Rumahan, Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, ISSN:2549-8347(online), ISSN: 2579-9126, Vol 1 No.2.<https://www.dewaweb.com/blog/meningkatkan-kepercayaan-pelanggan-dalam-bisnis-online-10-tips-trick-penting>/<https://www.dictio.id/t/bagaimana-cara-melakukan-manajemen-produksi-yang-baik/17877/2>



