

Penyuluhan Literasi Media *Online* Melalui Pelatihan Kewirausahaan Bagi UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Produk

Nasaruddin Siregar ^{1,*}, Nita Komala Dewi ², Sari Endah Nursyamsi ¹, Hani Astuti ¹, Endah Prawesti Ningrum ², Saeful Mujab ¹

¹ Fakultas Ilmu Komunikasi; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; e-mail: nasaruddin.siregar@dsn.ubharajaya.ac.id, sari.endah@dsn.ubharajaya.ac.id, hani.astuti@dsn.ubharajaya.ac.id, saeful.mujab@dsn.ubharajaya.ac.id

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; e-mail: nita.komala@dsn.ubharajaya.ac.id, endah.prawesti@dsn.ubharajaya.ac.id

* Korespondensi: e-mail: nita.komala@dsn.ubharajaya.ac.id

Submitted: 03/10/2023; Revised: 30/10/2023; Accepted: 28/11/2023; Published: 30/01/2023

Abstract

Electronic media is currently growing rapidly and is widely used by entrepreneurs to market the products they sell. They're often called e-commerce. In addition, by supporting government programs in the field of creative economics, many MSMEs are growing in several regions in Indonesia, including MSMEs in Sukamekar Village, Bekasi District. With more and more MSMEs, MSMEs face many obstacles, one of which is media literacy, where online media is underutilized as marketing media, and the product sales strategy carried out by MSMEs is still traditional and the packaging of products sold. Does not attract the attention of buyers, the solutions offered in these activities are as follows: provide online media sales and education strategy advice and provide training. The purpose of community service activities is 1). Increase knowledge and understanding in social media literacy for MSMEs; 2). Improve MSMEs sales strategies in the era of digitization; 3). Increase knowledge and understanding of MSMEs in product packaging.. The abdimas implementation method consists of 3 (three) stages, the preparatory stages, the implementation stages (tithing and training), and the evaluation stages. As well as representatives from MSMEs as many as 20 people. The results of activities based on evaluation through pre-test and post test above, regarding the topic delivered by the pre-test results resource 45% post test results 75% have increased by 30% material resource person pre test results 65% post test results 90% experienced 25% increase in abdimas training benefits for participants pre test results 70% post test results 90% increased by 20%.

Keywords: Digital Marketing, Dropshipper Sales System, Media Literacy, Online Media

Abstrak

Media elektronik kini berkembang pesat dan banyak digunakan oleh para pengusaha untuk memasarkan produk yang dijual dan sering dikenal dengan istilah E-Commerce. Selain itu, dengan mendukung salah satu program pemerintah di bidang ekonomi kreatif, banyak UMKM yang berkembang di beberapa daerah di Indonesia, termasuk UMKM yang berada di Desa Sukamekar, Kab. Bekasi. Banyaknya UMKM yang tumbuh maka banyak pula kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM, salah satunya adalah pemahaman mereka tentang literasi media, dimana media online kurang dimanfaatkan sebagai media pemasaran dan strategi penjualan produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM yang masih tradisional serta pembuatan kemasan produk yang dijual kurang menarik perhatian pembeli, maka solusi yang diberikan dalam kegiatan yakni: memberikan penyuluhan mengenai literasi media online dan strategi penjualan, serta memberikan pelatihan. Tujuan kegiatan pengabdian kemasyarakatan yakni 1). Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman dalam literasi media sosial bagi UMKM;

2). Meningkatkan strategi penjualan UMKM di era digitalisasi; 3). Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam pengemasan produk. Metode pelaksanaan abdimas terdiri dari 3 (tiga) tahapan yakni tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan (penyuluhan dan pelatihan), dan tahapan evaluasi. Peserta terdiri dari perwakilan para pelaku UMKM sebanyak 20 orang. Hasil kegiatan berdasarkan hasil evaluasi melalui pre test dan post test di atas yakni mengenai topik yang disampaikan oleh narasumber hasil pre test 45% dan hasil post test 75% mengalami peningkatan 30% materi narasumber hasil pre test 65% dan hasil post test 90% mengalami peningkatan 25% manfaat pelatihan abdimas bagi peserta hasil pre test 70% dan hasil post test 90% mengalami kenaikan 20%.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Sistem Penjualan *Dropshipper*, Literasi Media, Media *Online*

1. Pendahuluan

Era digitalisasi saat ini dibutuhkan keterampilan bagi para pelaku UMKM agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Keterampilan yang dibutuhkan lebih dari sekadar memahami cara menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran produk. Dengan adanya aplikasi pendukung dalam pemasaran, selain memahami pemanfaatan teknologi, para pelaku UMKM juga didorong untuk kreatif dan inovatif dalam kegiatan usahanya. Pengertian jejaring sosial tidak hanya mengikuti apa yang berkembang saat ini, namun entitas ekonomi juga mempunyai kemampuan dalam menyaring informasi di jejaring sosial secara akurat, hal ini disebut dengan budaya jejaring sosial (Kembang et al., 2023).

Selain itu, kemajuan teknologi digital telah membawa banyak manfaat bagi kehidupan manusia, karena mampu mengatasi batas ruang dan waktu, menutup setiap ruang tanpa sekat, hingga seolah tak ada lagi sekat antara satu tempat dengan tempat lainnya. Hadirnya layanan transportasi online, pembelian online, pembelajaran jarak jauh, operasional digital menggunakan berbagai platform dan marketplace, dan lain - lain. Merupakan bukti besarnya manfaat kemajuan teknologi digital dalam segala aspek kehidupan manusia (Atep Sujana dan Dewi Rachmatin, 2019)

Secara umum literasi mencakup kemampuan membaca, memahami, dan mengapresiasi berbagai bentuk komunikasi, termasuk bahasa lisan, teks cetak, media audiovisual, dan media digital. Sementara itu, literasi digital adalah kemampuan seseorang dalam mengumpulkan informasi dan mengkomunikasikannya kepada orang lain. mereka yang membutuhkannya. sehingga menjadi berguna baik bagi dirinya sendiri maupun bagi penerimanya (Teddy Setiawan, Dwinanto Priyo Susetyo, 2021)

Pemahaman akan literasi media sosial yang harus miliki oleh para pelaku UMKM dibawah naungan Kantor Desa Sukamekar, Kab, Bekasi masih kurang. Dimana ini menjadi suatu kendala bagi para pelaku UMKM. Seperti halnya dalam pelaku UMKM yang masih gaptek akan teknologi dan tidak memahami tujuan dan fungsi dari literasi media sosial. Aplikasi yang digunakan kebanyakan dari para pelaku UMKM adalah media sosial WhatsApp. Media ini digunakan hanya sebatas untuk menyampaikan informasi penjualan saja tidak digunakan sebagai media berjualan yang sesungguhnya di media digital. Untuk itu, tim melakukan

penyuluhan mengenai permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM yakni dengan memberikan penyuluhan mengenai literasi media online bagi pelaku UMKM.

Literasi media adalah keterampilan penting yang meningkatkan kesadaran akan konten dan dampak media, dan memungkinkan individu mengendalikan penggunaan media sehingga mereka dapat membuat pilihan mengenai konten mereka. Gunakan Internet sesuai kebutuhan Anda. Literasi media internet adalah keterampilan pribadi yang berkaitan dengan kemampuan mengakses Internet, kemampuan mengetahui dan menganalisis konten, dampak, industri dan pengguna Internet, serta kemampuan untuk berpartisipasi dalam produksi informasi, pesan-pesan Internet (Komunikasi et al., 2009; Permana et al., 2023).

Disisi lain, ada pula kendala yang dialami oleh pelaku UMKM yakni strategi penjualan produk. Strategi penjualan produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM umumnya masih tradisional. Berkaitan dengan hal tersebut, maka solusi yang ditawarkan adalah mengenai strategi penjualan melalui literasi media online yakni melalui media sosial WhatsApp akan tetapi masih banyak dari pelaku UMKM yang hanya mengandalkan kegiatan pemasaran word of mouth (WOM).

Selain permasalahan di atas, mitra juga mengalami permasalahan dalam melakukan pengemasan produk. Produk yang dikemas dengan tidak menarik akan membuat pembeli tidak tertarik walaupun rasa atau fungsi dari produk yang ditawarkan berguna serta harganya tidak mahal. Kekuatan dari pengemasan yang menarik merupakan awal dari seseorang tertarik untuk mengetahui, kemudian mencoba, dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan pada permasalahan tersebut maka tim memberikan solusi kepada mitra melalui kegiatan abdimas ini dengan memberikan penyuluhan mengenai pengemasan produk yang aman dan menarik perhatian pembeli.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa masalah yang dialami oleh mitra abdimas dalam hal ini pelaku UMKM TBM Inspira Muda Cendekia, Desa Sukamekar, Kab. Bekasi yakni kurangnya pengetahuan mengenai literasi media online guna meningkatkan penjualan, strategi penjualan yang masih tradisional, dan pengemasan produk yang kurang menarik pada media online, maka tim memberikan solusi kepada mitra berupa penyuluhan literasi media online melalui pelatihan kewirausahaan bagi UMKM dalam meningkatkan penjualan produk.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan abdimas ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Ada 3 (tiga) tahapan dalam pelaksanaan kegiatan yakni: Tahapan Persiapan. Pada tahapan ini dosen dan mahasiswa akan membentuk tim yang terdiri dari Dosen tetap lintas prodi dan mahasiswa aktif. Kemudian tim membuat RAB dan berikutnya tim menentukan terlebih dahulu permasalahan ataupun fenomena yang dialami oleh mitra dengan melakukan observasi ke lokasi dan wawancara langsung dengan beberapa tokoh masyarakat atau warga sekitar guna menentukan solusi yang akan nanti tim berikan kepada mitra.

Tahapan Pelaksanaan. Ditahapan ini tim akan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada hari Jumat, 01 September 2023 Pukul 13.00 – 17.00 WIB di Aula Desa Sukamekar, Kab. Bekasi. Kegiatan ini terdiri dari penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan dalam meningkatkan penjualan yang berbentuk pelatihan digital dengan media online WhatsApp. Penyuluhan diberikan oleh narasumber yang kompeten dalam bidangnya dan dibawakan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh peserta. Judul materi yang diberikan yakni “Literasi Digital dan Digitalisasi UMKM” yang dibawakan oleh Ibu Sari Endah Nusyamsi, M.M dan materi kedua mengenai “Bisnis Sistem Dropship” yang dibawakan oleh Bapak Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom. Pelatihan keterampilan mengenai pengemasan digital produk melalui media WhatsApp dibawakan oleh Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M.

Tahapan Evaluasi. Tahapan ini tim mengolah pre-test dan post-test yang diberikan oleh tim kepada mitra guna mengetahui apakah kegiatan ini sudah tepat sasaran atau belum. Pre-test dan post-test merupakan sebagai alat tolak ukur dari program evaluasi kegiatan. Kemudian pada tahap ini tim membuat laporan dan luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Gambar 1 menunjukkan bagan atau alur dari kegiatan abdimas.



Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan Abdimas

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan abdimas dilaksanakan pada hari jumat, 01 September 2023, Pukul 13.00 – 17.00 WIB di Aula Desa Sukamekar, Kab. Bekasi dan sebagai mitra dari kegiatan abdimas yakni pelaku UMKM yang berada di Desa Sukamekar, Kab. Bekasi. Peserta dari kegiatan abdimas yakni perwakilan dari pelaku UMKM sebanyak 20 orang yang mengikuti kegiatan tersebut dengan persyaratan aktif sebagai pelaku UMKM TBM Inspira Muda Cendekia, Desa Sukamekar, Kab. Bekasi selama 1 tahun.

Dalam pelaksanaannya terdiri dari beberapa kegiatan yakni pemberian materi dan pelatihan. Adapun pemberian materi yang diberikan sebanyak 2 (dua) materi yakni pertama materi mengenai Literasi Digital dan Digitalisasi UMKM yang dibawakan oleh Ibu Sari Endah Nusyamsi, M.M. Pembahasan dalam materi ini mengenai literasi digital yang harus diketahui terlebih dahulu oleh peserta. Dimana literasi media merupakan sebuah keterampilan seseorang

untuk memanfaatkan internet sebagai media pemasaran produk atau jasa dan sebagai media keterampilan untuk mengetahui kemampuan dari para pelaku UMKM untuk membuat konten dan caption pada media sosial yang mereka gunakan (Banguntapan et al., 2020; Permana et al., 2023; Widyastuti et al., 2016). Disisi lain literasi media yang disampaikan oleh narasumber memberikan beberapa contoh mengenai literasi media yang berkaitan dengan pemasaran penjualan di media sosial. Dalam sesi pertama ini, peserta berantusias mengikuti dan menyimak materi yang disampaikan terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diberikan oleh peserta kepada narasumber disajikan pada Gambar 2.



Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 2. Pemberian Materi I

Pada sesi kedua yakni pemberian materi mengenai “Bisnis Sistem *Dropship*” yang dibawakan oleh Bapak Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom. Dalam materi yang disampaikan dapat disimpulkan bahwa kegiatan penjualan dapat dilakukan secara sistem *dropship* atau yang sering dikenal dengan bahasa agen. *Dropshipping* adalah upaya menjual produk tanpa harus memilikinya. Dengan begitu, bisnis ini tidak memerlukan modal dan penjual tidak perlu membeli barang terlebih dahulu untuk menjualnya. Sehingga dalam hal ini penjual menjadi seorang agen penjualan. Berbeda halnya dengan sistem penjualan *Reseller*, dimana penjual harus membeli barang terlebih dahulu kepada supplier kemudian dijual kembali. Adanya keuntungan dari sistem penjualan dropshiper yakni tidak perlunya model besar dan tidak perlu menyetok barang dikarenakan barang langsung dikirim melalui *supplier* kepada pelanggan, dan waktu kerjanya fleksibel. Kekurangan dari sistem penjualan dropshiper ini barang tidak bisa tukar atau tidak bisa berubah, tidak memiliki produk sendiri (Emanuel & Agasia, 2018; Nengsih, 2023; Sulistiyofadly & Amelia, 2022). Antusias peserta juga terlihat pada sesi materi kedua, dimana peserta banyak bertanya mengenai sistem penjualan *dropshipper*. Gambar 2 menggambarkan situasi kegiatan pada materi kedua.



Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 3. Pemberian Materi 2

Peserta kegiatan sebagian besar ibu-ibu yang memang memiliki minat untuk dapat memasarkan produknya melalui media *online*. Gambar peserta kegiatan abdimas disajikan pada Gambar 4.



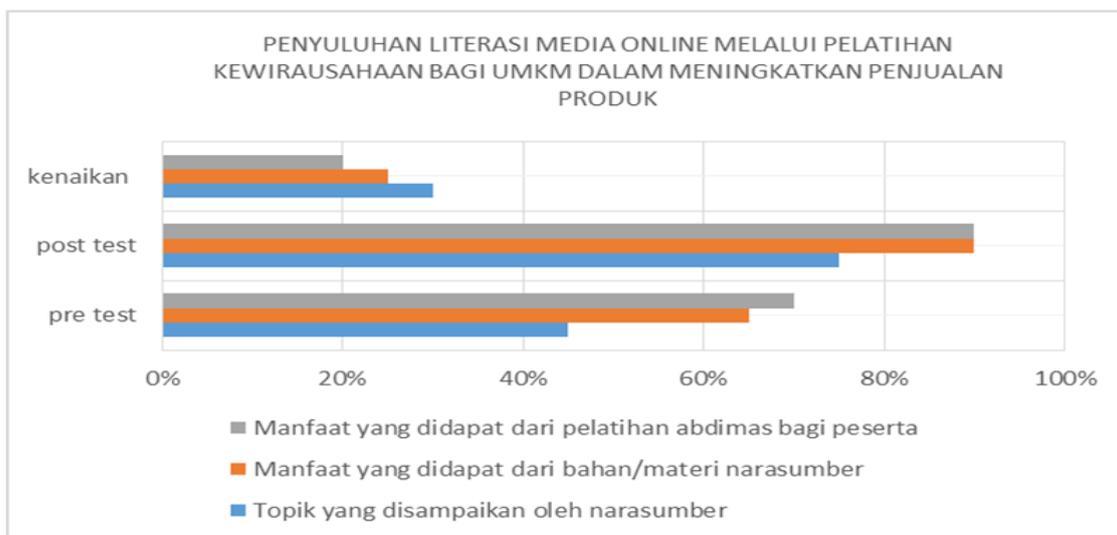
Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 4. Peserta Kegiatan PKM

Selanjutnya pemberian pelatihan keterampilan kepada peserta mengenai pengemasan digital produk melalui media WhatsApp yang dibawakan oleh narasumber Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M. sesi ini memberikan informasi terlebih dahulu sebelum peserta mempraktekan secara langsung mengenai pengemasan secara digital produk yang mereka jual melalui media WhatsApp. Media sosial WhatsApp merupakan sebuah media komunikasi yang banyak digunakan saat ini. Dengan memanfaatkan aplikasi media WhatsApp yang mana jangkauannya sudah luas dan mudah diaplikasikan atau digunakan. Selain untuk berkomunikasi aplikasi WhatsApp juga dapat digunakan untuk menjalankan aktivitas bisnis. Salah satunya dengan membuat status WhatsApp tentang promosi produk di smartphone. Kemudian juga memanfaatkan fitur WhatsApp Groups (WAG) untuk berpromosi ke khalayak yang lebih luas, seperti masyarakat desa Sukamekar, Kab. Bekasi. Intinya, peserta dapat menggunakan alat pemasaran digital secara praktis dan efektif melalui aplikasi WhatsApp yang saat ini umumnya menjadi aplikasi wajib di setiap smartphone dan aplikasi ini juga sudah sangat familiar di semua lapisan masyarakat (Singkong & Desa, 2023). Pelatihan yang diberikan sangat membantu peserta dalam segi pengemasan secara digital agar barang yang

ditawarkan terlihat menarik bagi para konsumen di dunia gital. Antusias yang terlihat dalam ketertarikan peserta dalam pelatihan keterampilan pengemasan produk pada media sosial.

Pada tahap akhir kegiatan yaitu evaluasi dan pelaporan, tim membagikan angket pre-test dan post-test kepada peserta sebagai penilaian, sebagai tolak ukur keberhasilan kegiatan pemulihan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh organisasi. tim. Pre-check dilakukan pada awal kegiatan sebelum kegiatan dimulai, kemudian post-check dilakukan pada saat seluruh kegiatan telah dilaksanakan. Pra-tes dan pasca-tes dalam G-Form. Adapun hasil dari evaluasi terlihat pada Gambar 5.



Sumber: Hasil Pelaksanaan Kegiatan (2023)

Gambar 5. Hasil Evaluasi kegiatan PKM

Hasil dari evaluasi melalui *pre test* dan *post test* sesuai dengan data di atas yakni mengenai topik yang disampaikan oleh narasumber hasil pre test 45% dan hasil post test 75% mengalami peningkatan 30%; untuk hasil Manfaat yang didapat dari bahan/materi narasumber hasil pre test 65% dan hasil post test 90% mengalami peningkatan 25%; dan dari manfaat yang didapat atas pelatihan abdimas bagi peserta hasil pre test 70% dan hasil post test 90% mengalami kenaikan 20%.

4. Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 01 September 2023 pukul 13.00 – 17.00 WIB bertempat di Aula TBM Inspira Muda Cendekia, Desa Sukamekar, Kab. Bekasi fokus pada literasi digital dan digitalisasi UMKM. Pesertanya berjumlah 20 orang yang berpartisipasi aktif sebagai UMKM Desa Sukamekar, Kab. Bekasi selama satu tahun. Pengabdian ini mencakup dua topik utama: literasi digital dan dropshipping, yang bertujuan untuk membuat proses bisnis lebih mudah dan tidak memakan waktu lama dan juga membahas pentingnya penggunaan WhatsApp sebagai alat pemasaran digital yang banyak digunakan di media sosial. Pengabdian kepada masyarakat tersebut juga memberikan informasi mengenai cara menggunakan WhatsApp untuk aktivitas bisnis, seperti promosi produk di smartphone dan

penggunaan Grup WhatsApp untuk promosi yang lebih luas. Kegiatan ini diakhiri dengan evaluasi dan laporan yang meliputi pre-test dan post-test bagi peserta sebagai alat untuk menilai efektivitas kegiatan. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp efektif dalam mempromosikan produk ke khalayak yang lebih luas, menunjukkan potensi pemasaran digital di sektor media sosial.

Ucapan Terima Kasih (Opsional)

Ucapan terimakasih dapat diberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan finansial dan pihak TBM Inspira Cendikia Muda yang sudah mendukung kegiatan pengabdian.

Daftar Pustaka

- Atep Sujana and Dewi Rachmatin. (2019). Literasi Digital Abad 21 Bagi Mahasiswa PGSD: Apa, Mengapa, Dan Bagaimana'. *Current Research in Education: Conference Series Journal*, 3–13.
- Banguntapan, R. W. B., Bantul, K. A. B., & Yogyakarta, D. I. (2020). *Literasi Media Promosi Umkm Pkk. 6788*.
- Emanuel, F. T., & Agasia, W. (2018). Perancangan Sistem Online Dropshipping Menggunakan Media Sosial Untuk Jam Tangan. *Jurnal ENTER, Volume 1*, 106–117.
- Kembang, L. P., Samsumar, L. D., Akbar, A., Mataram, U. T., Batujai, D., Digital, L., Literasi, G., & Marketing, I. (2023). *PENDAMPINGAN LITERASI DIGITAL MARKETING DI. 2(1)*, 52–60.
- Komunikasi, F. I., Esa, U., Jakarta, U., & Jeruk, T. T. (2009). *Literasi Media Online Pada Warga Kelurahan Duri Kepa*.
- Nengsih, T. A. (2023). *Implementasi Jual Beli Online Dropshipping Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Mukena Murah Jambi Perspektif Ekonomi Islam. 1(4)*, 280–289.
- Permana, I., Kodratila, E. Y., & Putra, M. (2023). *Literasi Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Paguyuban UMKM Kecamatan Serang Baru Kabupaten Bekasi. 2(1)*, 117–123.
- Singkong, O., & Desa, O. (2023). *Pemanfaatan status whatsapp sebagai media promosi umkm opak singkong (opsi) desa sukajadi. 293–301*.
- Sulistiyofadly, A., & Amelia, R. R. (2022). *Di Barakanaya Dropship. 2(2)*, 164–171.
- Teddy Setiawan, Dwinanto Priyo Susetyo, E. P. (2021). Edukasi Literasi Digital : Pendampingan Transformasi Digital Pelaku Umkm Sukabumi Pakidulan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(7)*, 1599–1606.
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, T. A. P. (2016). Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM, 3(1)*, 1. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.95>