ABDIFORMATIKA
Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 49-53
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.161

Pemberdayaan Perempuan Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada UMKM Desa Lengkong Bandung

Suryatiningsih*[1], Luthfi Ramadani[2], Aprianti Putri Sujana[3], Yahdi Siradj[4], Sari Dewi Budiwati[5], Ahmad Almaarif[6]

[1,5]Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom
[2,6]Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
[3,4]Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom
*e-mail: suryatiningsih@telkomuniversity.ac.id[1]

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
07.07.2022	22.09.2022	24.10.2022	04.11.2022

Abstract: *Smart Village in Lengkong Village is an integrated effort to facilitate regional development agendas starting at the lowest level, namely the village. One of the sub-programs of this effort is the digitization of business activities through increasing the competence of women entrepreneurs of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) towards online commerce in the Lengkong Village area. Today's business competition requires good skills in product marketing, business management, attractive product packaging, the best service so that loyal consumers make transactions again. This activity is the proposed first phase of a total of three stages in an effort to build digital capabilities of stakeholders in Lengkong Village through the acquisition of IT resources and improving organizational and information technology management capabilities at the village level. In general, in this first stage, the problems that exist in Lengkong Village have been identified, and an initial solution is formulated in the form of increasing the competence of women SMEs in the Lengkong Village area. Empowerment of women is expected to improve the quality of human resources as a whole because women are an important pillar in the village community in general and the family in particular. Women who are advanced will inspire families and rural communities to move forward. This community service activity is carried out in the form of a Product Photography workshop and an MSME Online Shop management workshop in an already available marketplace.*
Keywords*: photography, e-commerce, online shop, women, MSME*

Abstrak: Smart Village di Desa Lengkong merupakan upaya terintegrasi untuk memfasilitasi agenda pembangunan daerah mulai di level paling bawah yaitu desa. Salah satu sub-program dari upaya ini adalah digitalisasi aktivitas usaha melalui peningkatan kompetensi perempuan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menuju online commerce di wilayah Desa Lengkong. Persaingan usaha saat ini membutuhkan keterampilan baik dalam pemasaran produk, manajemen usaha, pengemasan produk yang menarik, pelayanan yang terbaik sehingga membuat konsumen setia melakukan transaksi kembali. Kegiatan ini merupakan usulan tahap pertama dari total tiga tahap dalam upaya pembangunan kapabilitas digital pemangku kepentingan di Desa Lengkong melalui akuisisi sumber daya TI dan peningkatan kemampuan organisasi dan manajemen teknologi informasi di level desa. Secara umum, pada tahap pertama ini telah diidentifikasi permasalahan yang ada di Desa Lengkong, dan dirumuskan solusi awal berupa peningkatan kompetensi perempuan pelaku UMKM di wilayah Desa Lengkong. Pemberdayaan perempuan diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara keseluruhan karena perempuan merupakan pilar penting dalam masyarakat desa secara umum dan keluarga secara khusus. Perempuan yang maju akan menginspirasi keluarga dan masyarakat desa untuk turut maju. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk workshop Fotografi Produk dan workshop pengelolaan Online Shop UMKM di marketplace yang sudah tersedia.
Kata kunci: fotografi, e-Commerce, online shop, perempuan, UMKM

1. PENDAHULUAN

Desa Lengkong merupakan salah satu desa yang berada di daerah Kabupaten Bandung dan lokasinya berdekatan dengan kampus Universitas Telkom. Desa Lengkong memiliki berbagai potensi diantaranya adalah potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah Desa Lengkong untuk membantu para pelaku UMKM yang terbanyaknya berasal dari perempuan, seperti pembekalan keterampilan dan podcast melalui youtube. Namun, ketika dilakukan survei ke lapangan ternyata di atas 60% pelaku usaha yang belum terampil dalam menyajikan produknya secara digital dan menarik konsumen, foto produk kurang cerah sehingga informasi produk kurang jelas, tata letak produk pun masih perlu banyak perbaikan. Karena dengan penyajian gambar produk yang bagus tentunya akan sangat menarik minat calon konsumen untuk melakukan pemesanan dan transaksi pembelian produk UMKM. Selain itu juga para perempuan pelaku UMKM masih mengelola usahanya secara konvensional. Padahal di masa Revolusi Industri 4.0 ini, pelaku UMKM dituntut dapat menguasai teknologi dan informasi.

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 49-53
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.161

Masyarakat pun lebih banyak berbelanja secara daring daripada belanja secara langsung ke lokasi. Hal itu terlihat dari laporan "Navigating Indonesia's E-Commerce: Omnichannel as the Future of Retail". Berdasarkan laporan ini, 74.5 persen konsumen lebih banyak berbelanja online daripada berbelanja offline (Ulya, 2021). Seperti yang disajikan dalam survei Katadata Insight Center (KIC) mengenai "Peran Marketplace bagi UMKM" yang dilakukan terhadap 392 UMKM di wilayah Jabodetabek, Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta dan Medan pada periode 24 Maret sampai 9 April 2021, bahwa kondisi pandemi sekitar dua tahun telah berdampak pada penurunan volume penjualan dan omzet usaha offline. Hal ini dialami oleh lebih dari 70 persen UMKM termasuk wilayah Desa Lengkong (Media Indonesia, 2021).

Berdasarkan kanal penjualan ditemukan informasi bahwa sebanyak 72% pelaku UMKM yang disurvei merasakan manfaat utama dari berjualan di marketplace berupa meluasnya jaringan pasar, lalu 68% merasakan keamanan bertransaksi, serta 65% mendapat kemudahan berinteraksi dengan pelanggan secara online dan melayani mereka secara real time (65%) (Media Indonesia, 2021). Kehadiran online commerce berupa marketplace di Indonesia telah melahirkan pelaku usaha baru, membantu UMKM bertahan selama pandemi, hingga membuka peluang bagi pelaku usaha menembus pasar ekspor. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra sasar, maka diperlukan upaya peningkatan kompetensi perempuan pelaku UMKM dalam menguasai teknik fotografi agar dapat menyajikan produknya secara digital dan menarik bagi konsumen, selain itu perlu dibekali kompetensi pengelolaan online shop pada marketplace di Indonesia untuk memperluas jangakauan konsumen dan yang terakhir adalah teknik hypnoselling untuk pembekalan secara psikologis dalam meningkatkan usahanya.

2. METODE

Dengan peningkatan kompetensi para pelaku UMKM menuju Online Commerce ini, diharapkan mampu meningkatkan perekonomian di wilayah Desa Lengkong di era digital agar terwujud Smart Digital Village. Berdasarkan pemasalahan mitra yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka diusulkan solusi penyelesaiannya sebagai berikut :

- Melakukan survei lebih dalam kepada masyarakat sasar mengenai kendala dan kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya.
- Mengumpulkan informasi berupa omzet dan jumlah transaksi saat ini sebelum menuju Online Commerce, sehingga dapat dilakukan evaluasi setelah memasuki Online Commerce.
- Melaksanakan pelatihan dan workshop Fotografi Produk yang akan disampaikan oleh narasumber profesional fotografer bersertifikasi nasional, hal ini bertujuan untuk meningkatan kompetensi para perempuan pelaku UMKM dalam teknik penyajian foto produk yang menarik bagi konsumen dengan memanfaatkan handphone seadanya. Materi yang akan disampaikan meliputi pentingnya foto produk yang berkualitas untuk menarik konsumen, persiapan dan peralatan yang diperlukan, teknik pengambilan foto, langkah penting setelah pengambilan foto, praktek evaluasi hasil foto produk oleh narasumber, pemilihan foto produk terbaik,
- Melaksanakan pelatihan dan workshop pengelolaan online shop pada marketplace yang ada di Indonesia secara optimal dengan topik rahasia bisnis laris di era digital, pengenalan jenis-jenis online shop, marketplace di indonesia, membuka online shop, menjual produk online, melayani transaksi pembelian, melayani komplain dari konsumen, memberikan pelayanan terbaik dengan memberikan apresiasi bagi konsumen yang mengulas produk,
- Melaksanakan pelatihan teknik Hypnoselling untuk meningkatkan penjualan. Pada pelatihan ini meliputi materi pengantar hypnoselling, strategi hypnoselling, dan praktek hypnoselling

Metode Pengabdian kepada Masyarakat (abdimas) ini dilaksanakan dengan metode intervensi langsung dengan masyarakat sasar. Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Survei dan Pengumpulan data
   Data dibutuhkan untuk mendapatkan gambaran konsisi *existing* dengan melakukan wawancara dengan masyarakat pelaku UMKM khususnya perempuan di Desa Lengkong. Selain itu, dilakukan pengumpulan dokumen untuk data berikut:
   a. Kondisi Indeks Desa Membangun (IDM) Desa Lengkong per indikator (ekonomi, sosial dan ekologi)

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 49-53
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.161

b. Kepadatan penduduk
c. Produk Unggulan Desa
d. Jumlah transaksi penjualan
e. Jumlah omzet saat ini

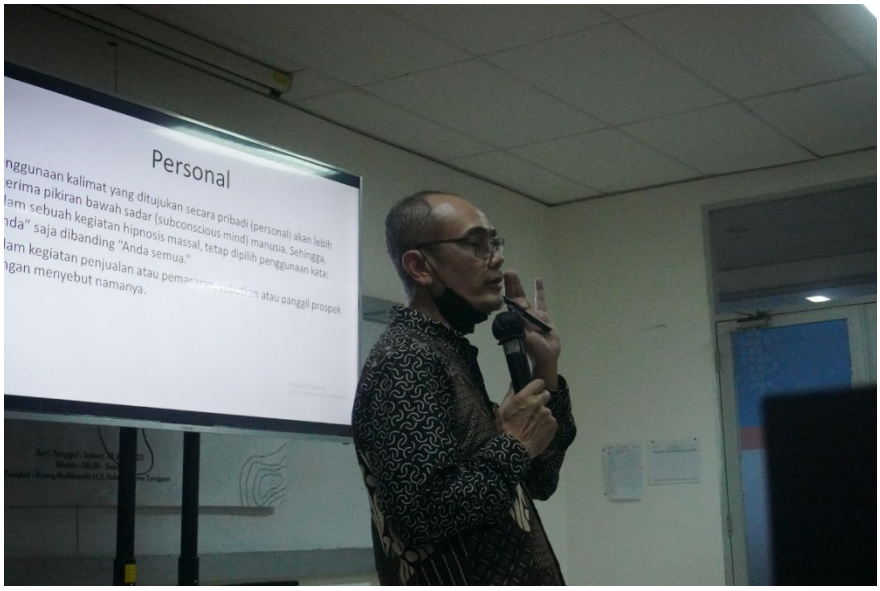
2. Persiapan Workshop
Proses persiapan workship terdiri dari tiga tahapan;
a. Menyusun modul pelatihan
b. Membuat video tutorial pelatihan
c. Menyediakan peralatan yang diperlukan untuk praktek pada saat workshop

3. Pelaksanaan
Workshop dilaksanakan di Kampus Universitas Telkom dengan dua topik
a. Workshop 1 : Fotografi Produk UMKM
b. Workshop 2 : Kelola Online Shop dan Hypnoselling

4. Evaluasi program pengabdian masyarakat dan rencana keberlanjutannya.
Evaluasi pelaksanaan abdimas dan keberlanjutan abdimas setelah selesai kegiatan dilaksanakan juga dilakukan berdasarkan metode dan tahapan-tahapan kegiatan abdimas sehingga hasilnya sudah dapat terlihat sejak awal dan langsung menjadi masukan untuk melakukan perbaikan karena akan menjadi masukan pada langkah dan tahap berikutnya. Bentuk evaluasi program abdimas sebagai berikut:
a. Mengukur kepuasan pelaku UMKM terhadap workshop yang telah diberikan. Pengukuran dilakukan melalui pengisian angket kuesioner.
b. Mengukur tingkat pemahaman dalam menyajikan foto produk dan mengelola online shop yang telah dipraktekkan. Penilaian ini dilakukan dengan memberikan penilaian terhadap beberapa poin seperti kemudahan, fungsionalitas, tampilan, dan lainnya.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama lima bulan sejak Bulan Maret 2022 hingga Juli 2022. Kegiatan dimulai dari survey ke masyarakat sasar, pembuatan modul pelatihan, dan pelaksanaan pelatihan. Pelatihan diselenggarakan di Universitas Telkom pada Bulan Juni 2022 dan diikuti oleh 11 orang peserta dari perwakilan beberapa UMKM yang berada di Desa Lengkong.



Gambar 1. Penyampaian Materi

Kegiatan pelatihan terdiri dari tiga bagian, pelatihan pengelolaan online shop, pelatihan hypnoselling, dan workshop fotografi produk. Pada workshop fotografi produk ini peserta pelatihan membawa sendiri produk hasil UMKM masing-masing dan menerapkan prinsip fotografi produk pada produk UMKM yang dibawa.

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 49-53
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.161



Gambar 2. Workshop Fotografi Produk UMKM

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat Universitas Telkom dengan dibantu oleh professional di bidang fotografi produk dan pakar hypnoselling yang berpengalaman di bidangnya. Pada sesi workshop fotografi produk, peserta dengan antusias mempersiapkan dan melakukan fotografi produk untuk produk-produk yang dibawa. Pada kesempatan ini peserta pelatihan mendapatkan pengetahuan mengenai teknik-teknik fotografi produk yang baik dan dapat menarik minat calon konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan.



Gambar 3. Peserta melakukan Fotografi Produk



Gambar 4. Peserta Kegiatan dari Desa Lengkong

Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 49-53
DOI: 10.25008/abdiformatika.v2i2.161

Hasil *feedback* dari kegiatan pelatihan ini dapat dilihat melalui tabel 1 hasil rekapitulasi kuesioner peserta. Dari 11 orang peserta yang mengisi kuesioner dapat diketahui bahwa kegiatan ini dinilai sangat bermanfaat dan diikuti secara antusias oleh Mitra UMKM Desa Lengkong.

Tabel 1. Tabel Hasil Kuesioner

No	Penilaian Terhadap kegiatan PKM	Jumlah Masing-masing Faktor yang diPentingkan				
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta	0	0	0	2	9
2	Materi/teknologi/seni yang disajikan sangat bermanfaat bagi masyarakat	0	0	0	2	9
3	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	0	0	1	8	2
4	Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	0	0	0	3	8
5	Tim panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	0	0	0	0	11
6	Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	0	0	0	1	10
	Jumlah	0	0	1	16	49
	% (jml masing-masing :total)	0%	0%	1%	24%	75%
	Jumlah % Setuju + Sangat Setuju	99%				

Hasil survey menyatakan bahwa semua pesera pelatihan mendapatkan manfaat besar dari kegiatan ini dan memahami materi yang disampaikan. Diharapkan kegiatan ini dapat berkelanjutan sehingga manfaat yang diperoleh akan semakin besar dan perempuan di Desa Lengkong khususnya dapat berdaya guna dan menginspirasi masyarakat desa lainnya untuk terus berkarya lewat UMKM.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat Desa Lengkong khususnya perempuan yang bergerak di bidang UMKM mendapatkan respon yang positif dari masyarakat dan pemerintah desa. Dari kegiatan ini diharapkan UMKM Desa Lengkong dapat semakin maju dan memanfaatkan potensi yang ada secara maksimal. Desa Lengkong berada di posisi strategis perbatasan atara Kota Bandung dan Kabupaten Bandung serta berada di dekan pusat kegiatan perbelanjaan dan universitas. Dengan potensi lokasi serta potensi masyarakat yang dimiliki serta sinergi dengan perguruan tinggi diharapkan potensi yang ada dapat digali secara maksimal, salah satunya dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Tahap berikutnya dari pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan untuk pemasaran dijital dan ruang pameran dijital untuk memamerkan produk-produk UMKM Desa Lengkong agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPM) Universitas Telkom dan Pemerintah Desa Lengkong atas dukungannya terhadap program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

F. N. Ulya, "Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Offline," pp. https://money.kompas.com/read/2021/10/22/211000926/riset--masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline, 22 Oct 2021.

M. Indonesia, "Survei : Marketplace Bantu UMKM Bertahan di Masa Pandemi," pp. https://mediaindonesia.com/ekonomi/402132/survei-marketplace-bantu-umkm-bertahan-di-masa-pandemi, 30 April 2021.

Bappenas, "Dashboard indikator SDGs," p. https://sdgs.bappenas.go.id/dashboard/, 2021.