PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN WEB PEMASARAN BERBASIS ON-LINE DI SMA NEGERI I TANJUNG RAJA

Eka Sri Yusmartini[1], Mardwita[2], Aseptianova[3]

[1,2]Program Studi Teknik Kimia, Universitas Muhammadiyah Palembang
[3]Program Studi Pendidikan Biologi, Universitas Muhammadiyah Palembang

e-mail: eka.yusmartini@gmail.com, wiwitdiita@gmail.com

Abstrak

Menumbuhkan minat dan jiwa entrepreneur dapat ditanam sejak di bangku sekolah. Dengan mendaur ulang sampah organik yang dihasilkan oleh sekolah menjadi pupuk kompos dan menjualnya menjadi salah satu upaya melahirkan entrepreneur muda. Tim Pengabdian Universitas Muhammadiyah Palembang bermitra dengan SMA Negeri 1 Tanjung Ogan Ilir dalam memberikan keterampilan dasar menjadi entrepreneur, kepada siswa yang terpilih menjadi perwakilan kelas, yaitu keterampilan dalam membuat website sebagai sarana promosi dan penjualan serta keterampilan mendesain label produk agar mampu menarik perhatian pembeli. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah pra-pelaksanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan siswa terhadap pembuatan website dan label produk SMANTRA 01 kompos sebagai hasil pendampingan. Memasarkan produk, pelabelan produk serta adanya website SMANTRA01 dengan menggunakan platform Google Site

Kata kunci: digital; entrepreneur muda; kompos; label; website

Abstract

Cultivating interest and entrepreneurial spirit can be planted since school. By recycling organic waste produced by schools into compost and selling it, it is one of the efforts to produce young entrepreneurs. The Universitas Muhammadiyah Palembang Service Team partnered with SMA Negeri 1 Tanjung Ogan Ilir in providing basic skills to become entrepreneurs, to students who were selected to be class representatives, namely skills in creating websites as a means of promotion and sales as well as skills in designing product labels to attract buyers' attention. The method of implementing this service activity is pre-implementation, implementation and evaluation. The result of this activity is an increase in students' knowledge of making websites to market products, product labeling and the existence of a SMANTRA01 website using the Google Site platform and SMANTRA 01 Kompos product labels as a result of mentoring.

Keywords: compost; digital; label; website; young entrepreneur

PENDAHULUAN

Saat ini, Indonesia masih belum menjadi negara maju. Salah satu indikasi suatu negara maju adalah banyaknya jumlah wirausaha (*entrepreneur*). Hingga tahun 2018, Indonesia memiliki rasio *entrepreneur* sebesar 3,1%, menurut David Mc Clelland, sedikitnya suatu negara memiliki 2% entrepreneurship dari jumlah penduduknya, maka dapat dikatakan sebagai negara yang makmur. Namun, rasio *entrepreneur* di Indonesia masih tergolong kecil disbanding negara-negara Asia Tenggara lainnya, Malaysia di angka 5%, Singapura di angka 7%, bahkan thailand di angka 4,5%. Dengan demikian, Indonesia membutuhkan sedikitnya 4 juta *entrepreneur* baru untuk mendorong penguatan struktur ekonomi Indonesia (Kemenperin, 2018; Margahana dan Triyanto, 2019).

Upaya untuk menumbuhkan semangat, jiwa, serta penanaman nilai-nilai *entrepreneurship* dapat dilakukan sejak di bangku sekolah. Sehingga akan terbentuk seseorang yang memiliki karakter, pemahaman dan keterampilan sebagai *entrepreneur*. Pendidikan *entrepreneurship* di sekolah dapat diimplementasikan dan diinternalisasikan melalui berbagai aspek (Isrososiawan, 2013).

Dalam pendidikan *entrepreneurship*, tidak hanya mengajarkan siswa untuk mampu membaca peluang-peluang dengan cermat, melihat sesuatu yang baru dan inovatif dan mampu mendatangkan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan keterampilan dalam pemasaran produk yang dihasilkan dari melihat peluang, menciptakan sesuatu yang inovatif dan menguntungkan. Sebab, jika siswa hanya diajarkan menciptakan barang tanpa keterampilan pemasaran yang mumpuni maka tujuan dari pencapaian keuntungan finansial tidak akan tercapai.

Saat ini, telah terjadi pergeseran dalam pemasaran suatu produk dan ditambah dengan kondisi pandemi, maka pemasaran dengan penjualan konvensional, dimana pembeli dan penjual diharuskan bertatap muka, berubah menjadi pemasaran secara *online* yang membuat pembeli dan penjualan tidak diharuskan pertemuan namun, penjualan tetap terjadi. Untuk itu, diperlukan keterampilan dalam penguasaan teknologi digital menjadi keharusan agar pemasaran tetap berjalan dengan baik, bahkan mampu memperkuat hubungan dengan pelanggan, bahkan mampu memperluas pembeli baru. Kondisi ini juga didukung oleh adanya kebijakan physical distancing, terkait COVID -19, dimana konsumen akan mencari produk secara online dikarenakan kondisi tersebut (Karyani *et al*, 2021)

Selain penguasaan teknologi digital untuk pemasaran, memberikan keterampilan dalam pelabelan untuk produk yang dipasarkan juga menjadi eleman yang penting. Sebab, pelabelan berisikan informasi penting dari produk dan menjadi identitas visual produk (Santi, 2015) sehingga mudah dikenali dan menjadi penarik peminat pembeli untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, pelabelan menjadi atribut non-sensori yang wajib dipahami oleh *entrepreneur* untuk memasarkan produknya.

Dua keterampilan di atas, penguasaan digital dan pembuatan label produk menjadi penting untuk dipahami dan dikuasai. Sebab keterampilan ini akan membatu usaha kita mengalami peningkatan penjualan dan pangsa pasar. Sejalan dengan hasil pengabdian Ridho, *et al* (2019) dan Sahrupi *et a*l (2019) yang menyatakan promosi online ataupun pemanfaatan e-commerce serta perbaikan desain packing akan menarik perhatian pembeli sehingga mampu meningkatkan penjualan dan pangsa pasar produk yang kita jual.

Sampah tidak hanya dihasilkan oleh rumah tangga dan industri saja. Sekolah pun menghasilkan sampah baik organik maupun non-organik. Untuk itu, dibawah binaan Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palembang, sekolah mengolah sampah organik menjadi pupuk kompos. Selama ini, sampah yang dihasilkan sekolah dikumpulkan dan dibuang ke Tempat Pembuangan Sementara tanpa ada perlakuan. Sehingga, agar memiliki nilai tambah, maka sampah organik diolah menjadi pupuk kompos. Hal ini selaras dengan visi misi dari SMA Negeri I Tanjung Raja, Kreatif dan Berkarya, yang merupakan mitra dari Tim Pengabdian PKM. Tim PKM memberikan Pendidikan *entrepreneurship* kepada mitra melalui siswa adalah dengan memproduksi pupuk kompos yang selaras dengan Visi Misi Sekolah “Bermutu di Bidang Akademik, Kreatif dalam Karya dan Berakhlak Mulia”. Hal ini dilakukan dengan mengingat belum adanya penanganan masalah sampah terutama daun-daun yang berasal dari pepohonan di lingkungan sekolah. Untuk pemasaran kompos perlu dilkukan pendampingan dan pelatihan untuk memasarkan produk kompos yang dihasilkan.

Tim pengabdian tidak hanya membekali siswa dengan keterampilan dalam memproduksi pupuk kompos, tetapi juga membekali siswa dengan keterampilan pemasaran *online* menggunakan platform bebas biaya dari *Google.site* serta pelabelan untuk pemasaran produk pupuk kompos tersebut. Sehingga, siswa tidak hanya kreatif dalam membuat suatu produk, tetapi juga kreatif dalam memasarkan produk tersebut. Dengan demikan diharapkan kegiatan ini akan terus berkelanjutan, tidak hanya pihak sekolah, siswanya pun jika setelah tamat memiliki minat yang tinggi untuk menjadi *entrepreneur*.

METODE

Kegiatan pengabdian dilakukan di SMA Negeri I Tanjung Raja, yang merupakan sekolah menengah atas tertua di Kabupaten Ogan Ilir. Kegiatan pengabdian ini menjadikan siswa sekolah dari SMA Negeri I Tanjung Raja sebagai sasarannya. Guru pembimbing disertakan juga untuk menjaga hasil kegiatan tetap berlangsung berkesinambungan. Namun, tidak semua siswa ikut serta dalam kegiatan pengabdian ini. Siswa dipilh merupakan perwakilan dari seluruh kelas.

Tahapan pelaksanaan kegiatan PkM ini dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu pra-pelaksanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Pada tahap pra-pelaksanaan, tim pengabdian menggali informasi

terkait pemahaman siswa dengan platform *Google.Site* yang akan digunakan sebagai aplikasi/*website* pemasaran *online*. Penggalian informasi ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner *pre-test*.

Tahapan selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Pada tahap ini, Tim Pengabdian bersama narasumber yang ahli di bidang IT memberikan transfer ilmu terkait pembuatan *website* pada platform *Google.site* serta pelabelan. Kegiatan ini dilakukan secara tatap muka, diikuti oleh 32 peserta dari perwakilan siswa setiap kelas serta pelaksanaannya telah mengikuti protokol kesehatan. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 18 Agustus 2021 mulai pukul 09.00 sampai pukul 12.00. Metode *technical assistance* (pendampingan teknis) dan pelatihan secara langsung dengan memanfaatkan *handphone* yang dimiliki oleh siswa.

Tahapan terakhir adalah evaluasi. Pada tahap ini, Tim Pengabdian mengevalusi kegiatan dengan menyebarkan kuesioner kembali (*post-test*) terkait pemahaman siswa terhadap materi pembuatan *website*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transfer pengetahuan tentang pembuatan website untuk pemasaran online memanfaatkan *platform* yang bebas bayar, yaitu *Google.Site*. Hal ini dilatarbelakangi karena *platform* ini sangat cocok untuk *entrepreneur* pemula yang belum memiliki modal besar. Selain itu, hampir semua orang telah menggenal fitur-fitur yang berasal dr Google, terutama bagi pemilik *handphone android*. Sehingga, pembuatan *website* dengan *Google.site* pun dapat dilakukan melalui *handphone* juga, tidak diharuskan melalui PC.

Tahapan pra-pelaksanaan, sebelum pemberian pengetahuan tentang pembuatan *website* dengan *google.site* telah disebarkan kuesioner tentang pengetahuan dan pemahaman terkait *google.site*. Antusias siswa peserta membuat suasana pelaksanan pengabdian berjalan dengan baik, terlihat juga dari tanya jawab sebelum dan sesudah penyampaian materi. Pada saat pelatihan, ada Guru yang hadir untuk menambah semangat siswa peserta.

Tahapan pelaksanaan dilakukan pemberian materi terkait pembuatan website dengan Google.site dilakukan bersamaan dengan siswa mempraktikkan tahapan-tahapan pembuatan websitenya melalui handphone (Gambar 1).

Gambar 1. Suasana pelatihan dan pendampingan pembuatan web berbasis online.

Sambil memahami dan praktek langsung terkait web, Tim Pengabdian

memberikan pendampingan dalam mendesain label produk yang tepat. Dimulai dari nama produk, informasi apa saja yang harus ada, *lay-out* yang baik dan komposisi warna yang tepat, sehingga label memberikan tampilan yang menarik. Dalam menjual produk, pelabelan menjadi faktor yang harus diperhatikan dalam pemasaran (Yusmartini *et al*, 2020).

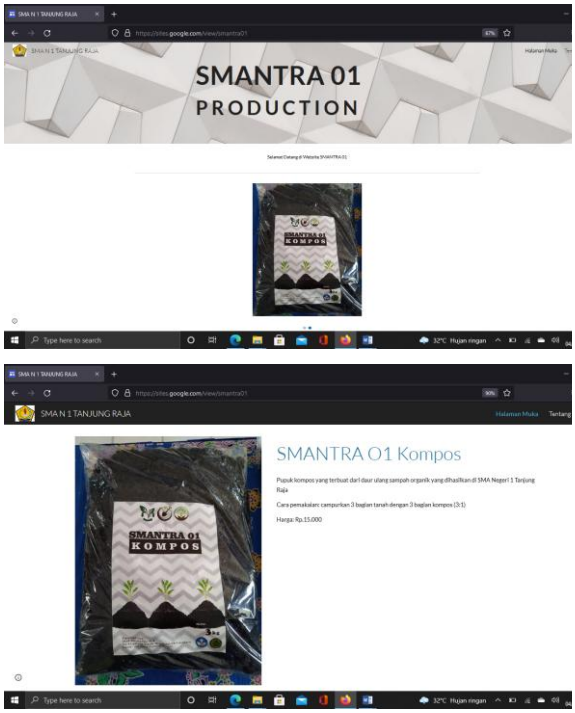
Penamaan produk diberi nama SMANTRA 01, dimana Nama SMANTRA yang merupakan akronim dari sekolah yaitu **SMA N**egeri **T**anjung **Ra**ja, sedangkan 01 adalah nomor dari SMAnya. Label yang dibuat harus disesuaikan dengan kemasan suatu produk. Produk yang dijadikan contoh adalah pupuk kompos yang diproduksi oleh SMA Negeri 1 Tanjung Raja sendiri. Pupuk kompos yang diproduksi ini dikemas menggunakan kemasan plastik dengan neto produk sebesar 3 Kg, sehingga ukuran label yang disarankan seukuran dengan kertas A5 dengan informasi produk yang cukup lengkap.

Hasil pendampingan pembuatan label untuk produk kompos dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3. Tampilan label yang menarik, ukuran dan warna yang mencolok, akan membantu konsumen untuk mengingat produk yang akan di jual (Santi, 2015).

Gambar 2. Hasil Pendampingan Desain Label Produk Kompos

Gambar 3. Hasil Desain Label Yang Digunakan Pada Produk

Selanjutnya, narasumber dan siswa membuat web untuk pemasaran produk dengan menggunakan produk kompos yang yang dihasilkan seperti yang ditampilkan pada Gambar 4.



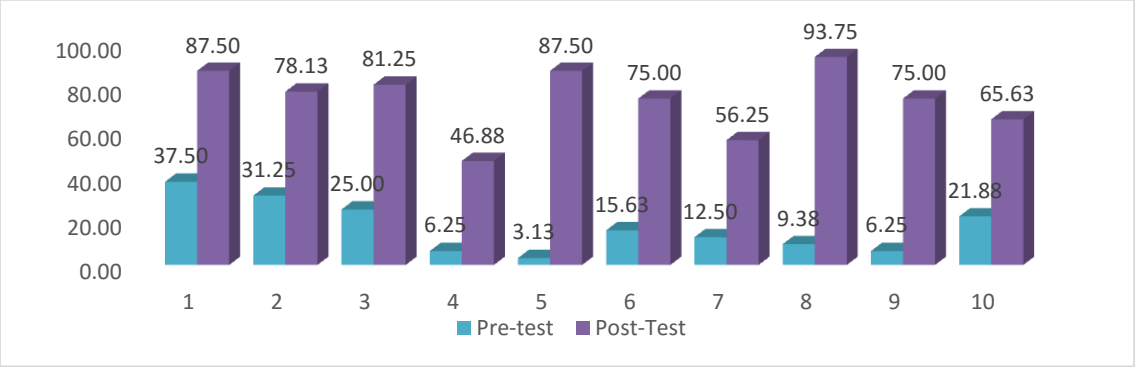
Gambar 4. Tampilan Website Penjualan Produk Kompos SMANTRA 01 Hasil Pendampingan

Hasil disain dan juga web yang dihasilkan adalah berdasarkan diskusi dan juga hasil dari web yang dihasilkan dari peserta siswa.

Tahapan evaluasi kegiatan dilakukan dengan menyebarkan kembali kuesioner kembali (*post-test*) terkait pemahaman siswa terhadap materi pembuatan *website*. Guru yang hadir tidak dilakukan, karena mereka hanya mendampingi siswa, jadi tidak diharuskan untuk mengikuti pelatihan secara keseluruhan.

Ada 10 indikator tentang pemahaman materi Google.site, 1) terkait aplikasi google sebagai website gratis, 2) syarat membuat Google.Site, 3) cara membuat Google.Site melalui HP, 4) tahapan mengganti logo dan *pavicon*, 5) fungsi image carousel, 6) fungsi *divider*, 7) tahapan membuat gambar produk di Google.Site, 8) konten yang ada di Google.Site, 9) *link* untuk penambah tombol aplikasi perpesanan, dan 10) pembuatan nama *website.* Ke-10 indikator ini merupakan isi materi dalam pembuatan website di Google.Site. Untuk melihat perubahan tingkat pemahaman siswa sebelum dan sesudah pemberian materi dapat dilihat pada Gambar 5.

Melihat hasil penyebaran kuesioner dan tingkat pemahaman yang diperoleh sebelum dan sesudah penyampaian materi, dapat dikatakan bahwa kegiatan pendampingan dan pelatihan pembuatan website dengan Google.Site cukup berhasil. Evaluasi ini mengindikasikan kemampuan siswa meningkat sebelum dan sesudah pelatihan, meskipun masih ada dua indikator yang di bawah 60% setelah penyampaian materi, yaitu tahapan menggantikan logo dan pavicon (46,88%) dan tahapan membuat gambar produk (56,25%). Hal ini bisa dimakluni, karena keterbatasan waktu penyampaian dan pendampingan. Tetapi siswa dapat meningkatkan ketrampilannya dengan banyak melatih diri berdasarkan petunjuk dari nara sumber. Evaluasi setelah dilaksanakan transfer pengetahuan tentang pembuatan website dengan platform Google.Site, pemahaman siswa meningkat menjadi 74,69%, dari pemahaman awal yang masih rendah terhadap pemahaman Google.Site, yaitu sebesar 16,88%. Evaluasi ini mengindikasikan kemampuan siswa meningkat sebelum dan sesudah pendampingan.



Gambar 1. Hasil Evaluasi Pemahaman Pembuatan Website dengan Google Site

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berupa pendampingan dan pelatihan telah memberikan pengetahuan dan keterampilan baru bagi siswa dalam pembuatan website sebagai sarana promosi dan pemasaran produk yang dihasilkan di SMA Negeri I Tanjung Raja. Selain itu, para siswa juga memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mendesain label produk secara visual menarik. Pembuatan web untuk pemasaran akan membuat produk yang dihasilkan dikenal masyarakat luas, dan juga akan efektif dalam penyampaian terkait produk yang ada di mitra PKM.

DAFTAR PUSTAKA

Isrososiawan, S., (2013), Peranan Kewirausahaan dalam Pendidikan, Society, (Online), Volume 4, No. 1, (DOI: 10.20414/society.v4i1.329, diakses 20 September 2021).

Karyani, E., Ira Geraldine, I dan Marissa, G. H., (2021), Transformasi Digital Dan Industri Halal: Studi Kasus Pada Produsesn Besar Dan UMKM., Jurnal JPM Wikrama Parahita, 5(2)139-140.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, (2018), Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru Untuk Menjadi Negara Maju (Siaran Pers, Jumat, 23 Nopember 2018), (online), (https://kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-Butuh-4-Juta-Wirausaha-Baru-untuk-Menjadi-Negara-Maju, diakses 18 September 2021).

Margahana, H. dan Triyanto, E., (2019), Membangun Tradisi Entrepreneurship Pada Masyarakat, Edunomika, (Online), Volume 03, No. 02, DOI: 10.29040/jie.v3i02.497, (https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/497/318, diakses 20 September 2021).

Ridho, M. R., Simanjuntak, P., dan Ningsih, D., (2019). PKM Ecommerce, Packing Design

dan Manajemen Pemasaran Untuk Usaha Kuliner Kota Batam, JPM Wikrama Parahita, (Online), Volume 3, No. 1: 21-26, (DOI: https://doi.org/10.30656/jpmwp.v3i1.1180, diakses 03 Oktober 2021)

Sahrupi, Shofa, M. J., (2019), Strategi Pemsaran Produk Kerajinan Casing Lampu Berbahan Dasar Bambu di Kelurahan Pabuaran, Kota Serang, JPM Wikrama Parahita, (Online), Volume 3, No. 2: 75-80, (DOI: https://doi.org/10.30656/jpmwp.v3i2.1791, diakses 3 Oktober 2021)

Santi, F. U., (2015), Teknik Pengemasan dan Labeling Produk Makanan, "Makalah PengabdianMasyarakat Universitas Negeri Yogyakarta, (Online), (http://staffnew.uny.ac.id/upload/198703282014042002/pengabdian/TEKNIK%20PENGEMASAN%20DAN%20LABELING%20PRODUK%20MAKANAN.pdf, diakses 21 September 2021).

Yusmartini, E. S., Mardwita, dan Fahmi, I. A., (2020), Pendampingan Pelabelan & Pembuatan Website Untuk Pemasaran Produk Hasil Pengolahan Sampah di TPS-3R Kelurahan Talang Kelapa Kecamatan Alang-Alang Lebar ., Jurnal Aptekmas, 3(4)8-13.