

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN STRATEGI E-COMMERCE, DESAIN DAN LABEL PRODUK BAGI UMKM DI KECAMATAN GUNUNGPATI

Fitro Nur Hakim¹, Achmad Solechan², Haryo Kusumo³, Yuli Fitrianto⁴, Toni Wijanarko AP.⁵

¹Universitas Sains dan Teknologi Komputer

¹Program Studi Desain Grafis, Fakultas Komputer dan Bisnis, Universitas Sains dan Teknologi Komputer

*e-mail: masfitro@gmail.com¹, achmad@stekom.ac.id², haryo@stekom.ac.id³, yuli_f@stekom.ac.id⁴

toni.wijanarko@stekom.ac.id⁵

Abstrak

Permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian UMKM antara lain : Tidak semua UMKM memiliki akses yang baik ke internet yang stabil. Ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk mengelola toko online, memperbarui inventaris, atau berinteraksi dengan pelanggan secara efisien. Banyak UMKM memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya manusia, keahlian teknis, dan infrastruktur teknologi. Hal ini membuat sulit bagi mereka untuk mengelola platform e-commerce dengan efektif. Kemasan dan label harus sesuai dengan produk itu sendiri, baik dari segi ukuran, bentuk, dan karakteristik fisik lainnya. Menemukan kemasan yang praktis dan menarik yang juga melindungi produk dengan baik bisa menjadi tantangan. Desain kemasan yang baik kadang-kadang dapat melibatkan biaya tambahan, seperti biaya desainer grafis atau produksi kemasan khusus. Bagi UMKM dengan anggaran terbatas, ini bisa menjadi hambatan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan di aula Kelurahan Gunungpati di Jalan Magersari Gunungpati Kecamatan Gunungpati Semarang yang meliputi ceramah, pelatihan dan pendampingan secara langsung dan pendampingan langsung step by step. Kegiatan ini dilaksanakan dalam waktu 2 hari dan di hadiri sebanyak 17 peserta dari pelaku UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Gunungpati di Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang dan dipandu oleh 7 orang pemateri / dosen dari Universitas Sains dan Teknologi Komputer.

Kegiatan pelatihan beserta pendampingan labeling kemasan produk memperoleh respon yang baik dari mitra dan peserta. Mitra dalam hal ini Pihak Kelurahan Gunungpati mengapresiasi kegiatan ini sebab dapat membantu dalam membina UMKM mitra binaannya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai labeling. Labeling produk akan menjadi lebih sempurna apabila dapat dilengkapi dengan adanya legalitas halal dan ijin produksi, maka perlu dilakukan edukasi melalui pelatihan dan pendampingan mengenai hal tersebut terutama pada pelaku UMKM yang usahanya. Meningkatnya pemahaman pelaku usaha UMKM tentang pentingnya desain kemasan dan label pada produk yang dijual, meningkatnya kualitas kemasan produk melalui brand dan label yang tertera pada kemasan, dan meningkatnya hasil pendapatan pelaku usaha UMKM di Kelurahan Gunungpati. Pengajar dan peserta sangat antusias dengan kegiatan ini dan berharap kegiatan ini tetap berlanjut dan ada kegiatan-kegiatan serupa yang akan diadakan di lain waktu sehingga keterampilan dan kemampuan para pengajar akan terus meningkat.

Kata kunci: UMKM, e-commerce, desain kemasan dan label produk.

Abstract

Problems faced by mosque youth service partners include: Not all MSMEs have good access to stable internet. This can hinder their ability to manage their online store, update inventory, or interact with customers efficiently. Many MSMEs have limitations in terms of human resources, technical expertise and technological infrastructure. This makes it difficult for them to manage the e-commerce platform effectively. Packaging and labels must match the product itself, both in terms of size, shape and other physical characteristics. Finding practical and attractive packaging that also protects the product well can be a challenge. Good packaging design can sometimes involve additional costs, such as graphic designer fees or custom packaging production. For MSMEs with limited budgets, this can be an obstacle.

This service activity was carried out in the Gunungpati Village hall on Jalan Magersari Gunungpati, Gunungpati District, Semarang, which included lectures, training and direct mentoring and step-by-step direct assistance. This activity was carried out over 2 days and was attended by 17 participants from MSME actors in the Gunungpati Village area in Gunungpati District, Semarang City and guided by 7 presenters/lecturers from the University of Computer Science and Technology.

Training activities along with assistance on product packaging labeling received a good response from partners and participants. Partners, in this case, the Gunungpati Village, appreciates this activity because it can help in developing the MSMEs of its fostered partners in increasing their knowledge and skills regarding labeling. Product labeling will be more perfect if it can be completed with halal legality and a production permit, so education needs to be carried out through training and mentoring regarding this matter, especially for MSMEs in business. Increased understanding of MSME business actors regarding the importance of packaging and label design on products sold, increased quality of product packaging through brands and labels printed on the packaging, and increased income from MSME business actors in Gunungpati Subdistrict. Teachers and participants are very enthusiastic about this activity and hope that this activity will continue and that similar activities will be held at other times so that the skills and abilities of the teachers will continue to improve.

Keywords: MSMEs, e-commerce, packaging design and product labels.

1. PENDAHULUAN

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Keberadaan UMKM memiliki peran yang besar bagi perekonomian suatu negara dalam penyerapan tenaga kerja, di Indonesia. UMKM merupakan salah satu faktor yang dapat membangkitkan kembali perekonomian (Sugianto et al., 2022). Dalam pengupayaan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat yang sempat terpuruk yang diakibatkan adanya pandemi ini, salah satunya dengan adanya sebuah pendirian UMKM, hal ini dilakukan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat (Perwitasari, 2021).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM Industri Kecil Menengah) merupakan salah satu sektor perekonomian yang berperan besar terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) negara. Berkembangnya UMKM baik di kota ataupun daerah membuat ketersediaan lapangan kerja semakin banyak (Qisthani et al., 2021). Pemerintah memiliki kewajiban untuk turut memecahkan tiga hal masalah klasik yang seringkali dialami oleh UMKM, yakni akses pasar, modal, dan teknologi. Secara keseluruhan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan terhadap unit usaha UMKM, antara lain kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembiayaan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan SDM, ketersediaan layanan pengembangan usaha, pengembangan *cluster*, jaringan bisnis, dan kompetisi (Yani et al., 2021).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi membuat perekonomian di Indonesia terus meningkat, khususnya terlihat pada pesatnya perkembangan UMKM. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk memberikan kesan yang dapat diingat oleh calon konsumen, salah satunya dengan menciptakan brand (merek). Brand merupakan suatu identitas pembeda yang mewakili suatu produk. Suatu brand diciptakan oleh perusahaan dengan tujuan agar membedakan antara produk yang satu dengan produk lain, serta untuk identifikasi produk agar berbeda dengan kompetitornya. Secara garis besar visual branding dapat dikatakan sebagai disiplin yang terlibat dalam menciptakan dan mempertahankan sebuah merek dan mengingatkan sebuah merek melalui media atau komponen visual. Sehingga visual branding mampu menyampaikan suatu pesan dengan mengidentifikasi dan menjaga karakteristik inti desain yang dibuat, serta mewujudkan segala sesuatu untuk kepuasan tujuan dan harapan masyarakat yang akan menggunakannya (Syarifah et al., 2022).

Banyak potensi yang dimiliki Kelurahan Gunungpati, Kecamatan Gunungpati. Salah satunya Kampung Alam Malon di Kelurahan Gunungpati, Kecamatan Gunungpati menjadi salah satu dari puluhan kampung tematik yang dicanangkan oleh Pemkot Semarang. Nuansa batik dan keasrian alam pegunungan menjadi daya tarik kampung ini. Ciri khas ketika memasuki wilayah Kampung Alam Malon yaitu bisa didapati nuansa kampung batik yang benar-benar nyata. Mulai

dari pos kampling hingga tong sampah disulap menjadi lebih indah dengan corak batik. Ada dua sanggar dan sekaligus butik batik yaitu Zie Batik Mangrove dan Salma Batik.

Tomblok Galery merupakan UMKM yang memproduksi paralon diubah menjadi Lampu Hias, tempat tissue, pot bunga dan lain lain yang lebih bernilai seni tinggi dimana usaha ini dimulai sekitar tahun 2015 serta masih banyak UMKM lain yang tersebar di Kelurahan Gunungpati.

Pengabdian ini dilakukan dengan mitra abdimas adalah Pihak Kelurahan Gunungpati yang beralamatkan di Jl. Magersari, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah. Jarak antara kampus Universitas STEKOM dengan mitra pengabdian masyarakat sekitar 28 km atau dapat ditempuh dalam waktu 49 menit dengan kendaraan bermotor.

Langkah-langkah kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut : Observasi langsung ke lokasi pengabdian masyarakat yaitu Pihak Kelurahan Gunungpati yang memiliki database paguyuban UMKM wilayah Kelurahan Gunungpati, guna melihat sejauh mana perkembangan UMKM dan kebutuhan UMKM di wilayah tersebut. Membaca beberapa literatur untuk memudahkan dalam pembuatan modul/materi yang digunakan pelaku UMKM pada saat pengabdian masyarakat. Mempersiapkan materi ceramah dan pelatihan e-commerce dan desain label produk untuk UMKM. Mempersiapkan contoh implementasi e-commerce dan desain kemasan label produk untuk UMKM. Mengevaluasi hasil pengabdian kepada masyarakat, untuk mengukur pemahaman pelaku UMKM terkait strategi E-Commerce, desain dan label produk bagi UMKM di Kelurahan Gunungpati.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan di aula Kelurahan Gunungpati di Jalan Magersari Gunungpati Kecamatan Gunungpati Semarang yang meliputi ceramah, pelatihan dan pendampingan secara langsung dan pendampingan langsung step by step. Kegiatan ini dilaksanakan dalam waktu 2 hari dan di hadiri sebanyak 17 peserta dari pelaku UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Gunungpati di Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang dan dipandu oleh 7 orang pemateri / dosen dari Universitas Sains dan Teknologi Komputer. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan beberapa metode pembelajaran. antara lain; Metode ceramah dan pelatihan; digunakan untuk menyampaikan materi yang berupa teori. Metode pendampingan; digunakan untuk melakukan pendampingan desain kemasan dan labeling produk UMKM. Metode tanya jawab digunakan untuk memberikan kesempatan bagi peserta yang masih belum memahami materi dan dilanjutkan praktik dengan pendampingan pada setiap peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 2 hari yang di lakukan pada hari pertama tanggal 11 Maret 2023 adalah : ceramah tentang Konsep dan Implementasi E-Commerce bagi UMKM disampaikan oleh Achmad Solechan, M.Si., M.Kom. Seiring dengan perkembangan *E-Commerce*, para pelaku UMKM juga memanfaatkan *E-Commerce* untuk memasarkan dan mengembangkan bisnisnya, sehingga terciptanya inovasi produk/jasa. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan inovasi. inovasi harus diciptakan perusahaan karena inovasi adalah salah satu sumber pertumbuhan perusahaan. Dengan adanya e-commerce ini dapat membantu pelaku UMKM agar dapat beradaptasi dan melakukan strategi penjualan yang efektif. Hal ini tidak lepas dari peran *E-commerce* sebagai suatu media penjualan produk bagi UMKM. (Puspita et al., 2023). Konsep dan implementasi e-commerce bagi UMKM melibatkan serangkaian langkah yang perlu diambil untuk membantu UMKM memasuki pasar online dan meningkatkan visibilitas serta penjualan produk mereka.

Ceramah dan pelatihan Manajemen kemasan dan labeling oleh Fitro Nur Hakim, M.Sn. Ada banyak spesifikasi teknis yang harus dipenuhi kemasan di antaranya: harus aman, tahan lama, hemat biaya, dan tahan terhadap kerusakan dan lain-lain. Lebih dari itu, dibutuhkan

keseluruhan desain kemasan yang dapat menjual produk. Grafis kemasan merupakan presentasi visual dalam bentuk kombinasi teks, ilustrasi dan warna pada suatu benda yang digunakan untuk tempat/wadah dan dikemas serta dapat memberikan perlindungan bagi produk di dalamnya sesuai dengan tujuannya serta dapat menarik minat konsumen untuk membeli (Swasty et al., 2019). Pelatihan dalam manajemen kemasan dan labeling penting untuk membantu UMKM mengoptimalkan penampilan produk mereka, memberikan informasi yang akurat, dan menciptakan daya tarik yang lebih besar bagi konsumen. Langkah-langkah yang dapat diambil untuk memberikan pelatihan dalam manajemen kemasan dan labeling kepada UMKM:

1. Identifikasi Kebutuhan: mengidentifikasi area mana dalam manajemen kemasan dan labeling.
2. Penyusunan Materi Pelatihan: materi pelatihan yang komprehensif, mencakup konsep dasar desain kemasan, prinsip kemasan yang efektif, pentingnya informasi yang akurat pada label, dan aturan regulasi terkait.
3. Demonstrasi Praktis: menunjukkan desain kemasan yang efektif, bagaimana menambahkan informasi yang penting pada label, dan contoh kebijakan regulasi yang relevan.
4. Studi Kasus: Berikan studi kasus nyata atau simulasi untuk membantu peserta melihat bagaimana penerapan konsep dalam situasi nyata.
5. Interaksi dan Diskusi: Member kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi, bertanya pertanyaan, dan berdiskusi. Diskusi bisa memperkaya pemahaman dan memberikan ide-ide baru.

Ceramah dan pelatihan Strategi E-Commerce bagi UMKM disampaikan oleh Toni Wijanarko AP, M.Kom. Pelatihan strategi e-commerce bagi UMKM sangat penting untuk membantu mereka memahami konsep e-commerce, mengembangkan rencana bisnis online yang efektif, dan mengelola operasi toko online dengan baik. Menjelaskan konsep dasar e-commerce, termasuk jenis-jenisnya seperti B2C (bisnis ke konsumen), B2B (bisnis ke bisnis), dan sebagainya. Membantu UMKM untuk mengidentifikasi tujuan e-commerce mereka, apakah itu peningkatan penjualan, ekspansi pasar, atau tujuan lainnya. Menjelaskan berbagai jenis platform e-commerce yang tersedia, baik yang berbayar maupun gratis. Menunjukkan bagaimana cara memilih produk yang akan dijual secara online, termasuk apakah ada produk unggulan yang perlu dipromosikan. Memberikan informasi konsep pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, SEO (optimisasi mesin pencari), dan iklan online.

Ceramah dan pelatihan Desain label kemasan produk disampaikan oleh Haryo Kusumo, M.Si, M.Kom. Label pada kemasan produsen dapat memberikan informasi mengenai kualitas, brand, kode produksi, legalitas, petunjuk penggunaan atau penyajian. Sehingga label dapat dijadikan identitas dari suatu produk meskipun ada beberapa produk dipasaran yang sama. Tidak mengeherankan apabila atribut produk termasuk label pada kemasan ini terbukti menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian (Lusianingrum et al., 2021). Pelatihan dalam desain label kemasan produk sangat penting untuk membantu UMKM membuat label yang menarik, informatif, dan sesuai dengan merek produk mereka. Memberikan pengenalan tentang pentingnya desain label dalam menarik perhatian pelanggan dan mempengaruhi pembelian. Memberikan informasi pentingnya desain label yang konsisten dengan identitas merek dan karakteristik produk. Menjelaskan elemen-elemen yang harus ada dalam label, seperti logo, nama produk, informasi produk, instruksi penggunaan, bahan, dan peringatan jika ada. Menjelaskan tata letak yang baik, termasuk bagaimana mengatur elemen-elemen label agar terlihat rapi dan mudah dibaca. Memberikan contoh-contoh desain visual yang menarik dan efektif, serta bagaimana menggabungkan gambar, ikon, dan grafis dengan baik.

Ceramah dan pelatihan terkait Konten label kemasan produk disampaikan oleh Yuli Fitrianto, M.Kom. Pelatihan dalam pembuatan konten label kemasan produk membantu UMKM untuk menciptakan pesan yang efektif dan informatif pada label produk mereka. Perlunya

memberikan pemahaman tentang pentingnya konten yang baik pada label kemasan produk. Menjelaskan konten label harus memberikan informasi yang diperlukan kepada konsumen dan mencerminkan merek dan produk dengan baik. Memberikan informasi dalam mengidentifikasi informasi utama yang harus ada pada label, seperti nama produk, instruksi penggunaan, bahan, tanggal kedaluwarsa, dan peringatan kesehatan. Memberikan panduan tentang bagaimana menyusun kalimat yang jelas, singkat, dan informatif. Menjelaskan bagaimana fitur-fitur produk dapat mengatasi masalah atau memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada hari pertama tanggal 11 Maret 2023, pihak Kelurahan Gunungpati diwakilkan oleh Sekretaris Lurah (Ari Susanti, S.Kom.) memberikan sambutan dan pembukaan acara pengabdian masyarakat.



Gambar 2

Sambutan Perwakilan Lurah Gunungpati, Kota Semarang
Diwakili Ibu Sekretaris Lurah (Ari Susanti, S.Kom.)



Gambar 3

Foto Dokumentasi ceramah dan pelatihan kepada
Pelaku UMKM di Wilayah Kelurahan Gunungpati



Gambar 4
Sesi Pendampingan Peserta dengan Narasumber



Gambar 5
Foto Bersama Pemateri dan Panitia dari Mahasiswa

KESIMPULAN

Setelah diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat berupa ceramah, pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Gunungpati Semarang, dapat disimpulkan bahwa: (1) Para pelaku usaha UMKM Kelurahan Gunungpati memiliki permasalahan dalam hal pemasaran secara *online* dalam menjalankan bisnis. Pemasaran secara *online* dapat dilakukan menggunakan *instagram*, *whatsapp* dan aplikasi lainnya berbasis *online* dengan konten dan desain yang menarik pelanggan dan dengan konsistensi penerapan konsep pemasaran secara *digital*. (2) Kegiatan pelatihan beserta pendampingan labeling kemasan produk memperoleh respon yang baik dari mitra dan peserta. Mitra dalam hal ini Pihak Kelurahan Gunungpati mengapresiasi kegiatan ini sebab dapat membantu dalam membina UMKM mitra binaannya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai labeling.

Labeling produk akan menjadi lebih sempurna apabila dapat dilengkapi dengan adanya legalitas halal dan ijin produksi, maka perlu dilakukan edukasi melalui pelatihan dan pendampingan mengenai hal tersebut terutama pada pelaku UMKM yang usahanya. (3) Meningkatnya pemahaman pelaku usaha UMKM tentang pentingnya desain kemasan dan label pada produk yang dijual, meningkatnya kualitas kemasan produk melalui brand dan label yang tertera pada kemasan, dan meningkatnya hasil pendapatan pelaku usaha UMKM di Kelurahan Gunungpati. (4) Pengajar dan peserta sangat antusias dengan kegiatan ini dan berharap kegiatan ini tetap berlanjut dan ada kegiatan-kegiatan serupa yang akan diadakan di lain waktu sehingga keterampilan dan kemampuan para pengajar akan terus meningkat.

SARAN

Berdasarkan pengalaman yang dilihat dan dirasakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat saat melakukan pengabdian masyarakat ini, maka ada beberapa saran antara lain : Untuk para pelaku UMKM dibutuhkan pelatihan dan pendampingan akan mengenai strategi bisnis mereka guna dapat memberikan keuntungan yang lebih. Strategi yang digunakan bisa berdasarkan dari kebutuhan pelanggan, data penjualan, maupun kompetitor mereka. Peran serta pemerintah dan pihak swasta yang selalu diharapkan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai manajemen pemasaran lebih lanjut dalam meningkatkan penjualan produk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1.] Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632.
- [2.] Perwitasari, D. A. (2021). Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Mara*, 2(1), 34–38. <https://doi.org/10.51747/abdipancamarav2i1.741>
- [3.] Puspita, D., Masdalipa, R., & Asminah, A. (2023). Pelatihan Pengenalan E-Commerce Bagi Pelaku Umkm Di Desa Bandar Aji Kabupaten Lahat. *Fordicate*, 2(2), 119–124. <https://doi.org/10.35957/fordicate.v2i2.4808>
- [4.] Qisthani, N. N., Darmawan, A., Fauziah, E., & Hidayatuloh, S. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 1(1), 27–32. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v1i1.271>
- [5.] Sugianto, Vidriza, U., & Ariani, N. (2022). Pelatihan E-Commerce dan Social Media Bagi Pelaku UMKM Desa Bojongcae, Lebak Banten dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ikraith Abdimas*, 1(5), 92–98. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- [6.] Swasty, W., Rahman, Y., & Fadilla, A. N. (2019). Pelatihan Kemasan Produk Kuliner Yang Persuasif Bagi Koperasi Dan Ukm Kabupaten Bandung. *Charity*, 2(1), 0–1. <https://doi.org/10.25124/charity.v2i1.2067>
- [7.] Syarifah, Siska, D., Hasriani, M., Lidia, A., & Yasin, M. (2022). Pelatihan Desain Label Produk UMKM Strawberry Berbasis Coreldraw. *JMH: Jurnal Mengabdikan Dari Hati*, 1(2), 99–104.
- [8.] Yani, P., Susila, M. R., Nugroho, W. C., & Putri, R. C. (2021). Pelatihan Strategi E-Commerce Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Bubutan Kota Surabaya. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 78–84. <https://doi.org/10.37802/society.v1i2.125>