LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

PKM PAGUYUBAN UMKM PASAR GINTUNG CIPUTAT, TANGERANG SELATAN MELALUI PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK ONLINE BERBASIS WEB YANG TERINTEGRASI DENGAN MEDIA SOSIAL DAN ONLINE MARKET

TIM PELAKSANA:

Ketua : Agnes Aryasanti S.Kom., M.Kom (120059)

Anggota 1 : Abdul Muis Sobri, S.Ag., M.Kom (140026)

Anggota 2 : Mulyati, M.I.Kom (0306017602)

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI

UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Juli 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : PkM Paguyuban Umkm Pasar Gintung Ciputat, Tangerang Selatan Melalui Pemasaran Dan Penjualan Produk Online Berbasis Web Yang Terintegrasi Dengan Media Sosial Dan Online Market

Ketua Pelaksana:

a. Nama Lengkap : Agnes Aryasanti, S.Kom.,M.Kom
b. NIP/NIDN/ID-SINTA : 120059/0322018502/ 6043631
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Sistem Informasi
e. Nomor HP 085945766802
f. Alamat E-mail : agnes.aryasanti@budiluhur.ac.id

Anggota (1)

a. Nama Lengkap : Abdul Muis Sobri, S.Ag, M.Kom
b. NIP/NIDN/ID-SINTA : 140026 / 0324107203/6722241

Anggota (2)

c. Nama Lengkap : Mulyati, M.I.Kom
d. NIP/NIDN/ID-SINTA : 010014/ 0306017602 /-

Mahasiswa yang terlibat

a. Nama Lengkap : Sinta Raya Lestari
b. NIM 2012500449

Lama Kegiatan : 6 Bulan

Biaya Kegiatan

a. Sumber Universitas Budi Luhur : Rp. 4.500.000
b. Mandiri : Rp. 499.000

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknologi Informasi

(Dr. Ir. Deni Mahdiana,S.Kom.,M.M.,M.Kom)
NIP :960012

Jakarta, 7 Juli 2023
Ketua Pelaksana

(Agnes Aryasanti,S.Kom.,M.Kom)
NIP:120059

Menyetujui,
Direktur Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat

(Dr.Krisna Adiyarta M.)
NIP 890001

No. Registrasi	:	0	3	1		0	2	LPJ		0	7		2	3	
Tanggal	:	0	7		0	7		2	3	Paraf :					

RINGKASAN

PKM PAGUYUBAN UMKM PASAR GINTUNG, CIPUTAT TIMUR, TANGERANG SELATAN MELALUI PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK ONLINE BERBASIS WEB YANG TERINTEGRASI DENGAN MEDIA SOSIAL DAN ONLINE MARKET.

Upaya pemerintah dalam peningkatan ekonomi masyarakat salah satunya adalah dengan mengembangkan ekonomi kreatif melalui sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM pada umumnya memiliki keterbatasan-keterbatasan antara lain sumber pendanaan, manajerial, dan pelanggan mo[1]. Agar UMKM mampu bersaing di tengah perusahaan-perusahaan besar, maka UKM harus terus melakukan upaya-upaya peningkatan baik peningkatan pada proses produksi, kualitas produk, pemasaran, penjualan, pelayanan dan inovasi[2]. UMKM yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Pasar Gintung di awal pembentukannya tahun 2021 terdiri dari atas 40 anggota, seiring adanya pandemi covid, saat ini tersisa 30 anggota. Produk-produk yang dimiliki anggota paguyuban antara lain makanan, minuman, kerajinan, pakaian, dan elektronik. Paguyuban UMKM Pasar Gintung yang diketuai oleh Ibu Mei Yanti Nainggolan ini dalam menjual produknya menggunakan cara tradisional. Mereka memajang produk UMKM di kios-kios Pasar Gintung yang telah dibangun kembali oleh Pemerintah Kota Tangerang Selatan pada tahun 2021. Pemasaran produk-produk anggota paguyuban juga masih menggunakan cara tradisional, pemasaran dari mulut ke mulut, mengikuti event-event bazar yang diadakan di tempat lain. Beberapa anggota paguyuban juga ada yang menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, ada yang menggunakan instagram, ada pula yang menggunakan tiktok, meski belum maksimal. Platform media sosial lebih banyak digunakan oleh paguyuban untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan paguyuban dan informasi umum produk anggota UMKM. Transaksi pembayaran penjualan di Paguyuban UMKM Pasar Gintung tersentralisasi pada satu kasih yang dikelola pengurus paguyuban. Permasalahan yang ada saat ini, 1) Anggota dan pengurus paguyuban masih mengeluhkan pemasaran produk UMKM yang belum maksimal, pemasaran masih menggunakan cara tradisional. Penggunaan instagram dan tiktok yang digunakan oleh sebagian anggota paguyuban, belum bisa dimaksimalkan untuk memasarkan semua produk anggota UMKM, disebabkan keterbatasan kemampuan anggota untuk melakukan proses pemasaran menggunakan media sosial. 2) Penjualan produk masih dilakukan secara langsung di lokasi. Anggota UMKM memajang produknya di kios-kios yang disediakan di area Pasar Gintung. Meskipun ada 1 atau 2 anggota yang sudah mampu melakukan pemesanan/penjualan menggunakan platform whatsapp, namun proses ini belum terintegrasi secara menyeluruh untuk proses transaksi, dan belum menjangkau seluruh anggota UMKM. 3) Anggota UMKM yang sudah menggunakan media sosial, secara umum follower media sosialnya masih di bawah 200, sehingga jangkauan

pemasarannya produknya masih terbatas. Paguyuban UMKM Pasar Gintung terbatas dalam hal sumber pendanaan dan tenaga ahli yang profesional di bidangnya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, sehingga diperlukan program kemitraan masyarakat bersama dosen pengusul dari univesitas tempat pengusul untuk menyelesaikan permasalahan pada mitra. Program kemitraan masyarakat ini memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut: 1) Membangun website sebagai portal Paguyuban UMKM Pasar Gintung yang digunakan untuk pemasaran dan penjualan produk yang terintegrasi dengan media sosial dan online shop, sehingga semua produk UMKM dapat dipromosikan, dipasarkan dan dijual secara online, serta melakukan edukasi bagi anggota bagaimana memaksimalkan promosi dan pemasaran produk menggunakan website serta media sosial. 2) Pelatihan pemanfaatan online shop kepada anggota paguyuban agar lebih memperluas jangkauan pemasaran dan penjualan produknya. 3) Edukasi untuk anggota paguyuban bagaimana meningkatkan follower/ subscriber media sosial.

Kata kunci: Paguyuban UMKM; Pasar Situ Gintung; Pemasaran Online; Penjualan online; online shop

PRAKATA

Puji dan syukur kami curahkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan semua karunia sehingga diberikan keyakinan dan kemudahan dalam menyusun dan menyiapkan kegiatan pengabdian masyarakt ini. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berjudul "PkM Paguyuban Umkm Pasar Gintung Ciputat, Tangerang Selatan Melalui Pemasaran Dan Penjualan Produk Online Berbasis Web Yang Terintegrasi Dengan Media Sosial Dan Online Market".

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Deni Mahdiana, S.Kom, M.M, M.Kom sebagai Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur.
2. Bapak Dr. Krisna Adiyarta M. sebagai Direktur Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Budi Luhur.
3. Mei Yanti Nainggolan, A.Md, SE.MM.Sdm sebagai Ketua paguyuban UMKM Pasar Gintung Ciputat.
4. Untuk semua pihak yang telah membantu kegiatan pelatihan ini, mohon maaf apabila ada kesalahan yang terucap dan terbersit, mohon dibukakan pintu maaf yang selapang-lapangnya.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, kami segenap tim Pengabdian Kepada Masyarakat berharap agar pengabdian ini dapat memberikan manfaat bagi diri sendiri dan lingkungan kampus dan sekitarnya. Saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan kegiatan mendatang.

Jakarta, Juli 2023

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI ii
RINGKASAN iii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Analisis Situasi 1
1.2. Permasalahan Mitra 5
BAB II SOLUSI 7
BAB III METODE PELAKSANAAN 9
BAB IV KELAYAKAN PELAKSANA 12
4.1. Jenis Kepakaran 12
4.2. Uraian Tugas 12
BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI 14
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 21
DAFTAR PUSTAKA 22
LAMPIRAN-LAMPIRAN 23

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau yang disingkat dengan UMKM adalah salah satu jenis usaha yang cukup populer di masyarakat Indonesia. Pegiat UMKM di Indonesia cukup banyak. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), pelaku UMKM di Indonesia berjumlah pada tahun 2019 berjumlah 59,2 juta[3]. Banyaknya pelaku UMKM ini bisa menjadikan sektor ini sebagai salah satu roda penggerak perekonomian negara.

Keberadaan UMKM mempunyai peranan penting dalam perekonomian negara. Misalnya dalam hal mendorong pemerataan ekonomi. Dengan UMKM yang merambah hingga ke pelosok desa, menjadikan ekonomi di wilayah-wilayah tersebut ikut meningkat. Dalam hal peningkatan devisa, banyak UMKM yang sudah mampu menggaet konsumen asing, sehinga meningkatkan kegiatan ekspor. Sektor UMKM juga dianggap yang lebih mampu bertahan dalam situasi krisis.

Agar UMKM mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar, UMKM harus berkembang mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang baik dan tepat dapat menjadi pondasi kesuksesan UMKM, disamping faktor permodalan yang bisa disupport oleh perbankan.

Paguyuban UMKM Pasar Gintung berdiri tahun 2021 bersamaan dengan Pemerintah Kota Tangerang Selatan meresmikan Pasar Gintung, Ciputat Timur, Tangerang Selatan sebagai pusat oleh-oleh dan pemasaran untuk UKM, UMKM, dan IKM Kota Tangerang Selatan. Keberadaan Pasar Gintung diharapkan bisa membangkitkan kembali perekonomian di Tangsel di tengah pandemi Covid-19, terutama bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), menjadi daya tarik masyarakat sekitar untuk berbelanja sehingga menguntungkan pelaku UMKM.

Pada saat peresmian, jumlah produk yang dijual di Pasar Gintung mencapai sekitar 200 produk. Produk-produk ini merupakan produk-produk yang dijajakan dan di produksi di Tangerang Selatan. Pemerintah Kota Tangerang Selatan melakukan kurasi terhadap produk-produk yang akan dijual di Pasar Gintung.

Masa pandemi covid-19 berpengaruh ke banyak sektor, termasuk ke Pasar Gintung. Pandemi yang berkepanjangan menyebabkan pasar gintung sepi pengunjung. Sepinya pengungung mengakibatkan berkurangnya jumlah UMKM yang berjualan. Saat ini hanya tersisa kurang dari 100 produk yang dipasarkan hasil produksi 30 anggota paguyuban.

Anggota paguyuban UMKM yang tersisa, berusaha bertahan, terus memasarkan dan menjual produknya. Penjualan di pasar ini tentu saja dengan menunggu pembeli yang datang berkunjug dan berbelanja. Pada kondisi biasa, cukup jarang pengunjung yang datang sengaja berbelanja. Per-harinya kisaran 20 orang. Omset per bulannya paling besar di angkat 25 jt untuk seluruh produk. Daftar anggota UMKM yang masih

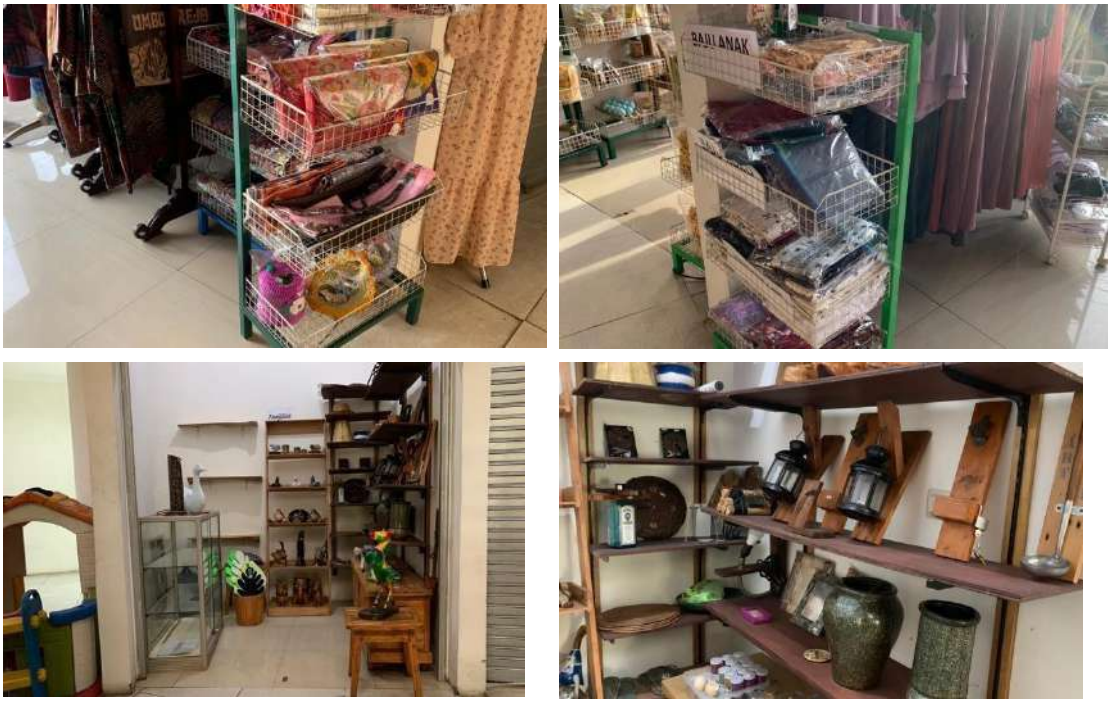
bertahan dan produknya bisa dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1
Daftar anggota Paguyuban UMKM Pasar Gintung

No	Nama Anggota	Merek	Produk
1	Achyani Dini	The Mada Shop/ Momdae	Fashion, Craft, Misugaru Latte, Sale Pisang
2	Agi Sugiati	Maza Snack	Aneka Keripik, Baby Fish Crispy
3	Ai Nur'Aini	Teh Ai Tea	Rengginang, Kacang Telor & Keripik Singkong
4	Arti	Deo Master	Spray Deodorant
5	Berlian	Cilok Djoedes	Cilok
6	Betty	Juzu	Serlang, Pempek
7	Boueno Wahyu/Tyas	Bandoel Selatan	Beer Pletok
8	Budi Arya Dharma	Sari Madu	Minuman Sari Madu
9	Dina	Umbul Rejo	Fashion Tenun Wanita & Pria
10	Ira Mariani	Dapoer El Razaaq	Pempek, Tekwan, Kerupuk Kemplang
11	Leo	BSB Craft	Kerajinan Kerang, Kulit Telor dan Kayu
12	Marda	Dapur Cik Tuti	Minuman Aloaevera, Jahe , Pempek
13	Mei Yanti Nainggolan	Kopi Berempat	Kopi Rempah, Sweater & Tas Kulit
14	Muntama	Ngalaras Roso	Bagelen, Akar Kelapa, Kacang Bawang, Telor Gabus
15	Susanti Handayani	Mantul & Sanggar Kencana Wungu	Telor Asin Omega, Kerupuk Telor Asin & Sanggar Tari
16	Wuryati	Adinda	Kacang Telor
17	Minie sudjarwo	Minie healthy Food	Kacang Oven, Brownies Chip, Cendol, Bumbu Pecel
18	Wildha Damayanti	Dapur Kulo	Brownies, Bolen & Donat Mini
19	Agustina	Ayeskira	ATK
20	Ikhsan	Dzoap	Sabun Cuci Tangan, Sabun Cuci Piring, Sabun Mandi & Karbol Sereh
21	Mega	Nabila Fashion	Baju Anak Anak
22	Ainur	Ghaisani Fashion	Baju Anak Anak
23	Elis	Bagor Laris	Bawang Goreng

24	Endang	Idey	Basreng, Gudeg
25	Nissa	Sweet Home Brownies & Lite Plus Face Mist	Face Mist, Handsanitizer & Brownies Chip
26	Itug	Pinji Galery	Kerajinan Tangan dari Kayu, Tanduk, & Tulang Kerbau
27	Dessy	Athari Cookies	Kue Kacang
28	Eni Chandra Shanti	Aliya Cookies & Fashion	Fashion & Craft, Cookies
29	Agus	Pentol ArjunaBakso Pentol Nyai	Bakso Pentol
30	Suana	Manda Snack	Keripik Bawang, Ulat Sutera, Kuker

Produk-produk UMKM yang dijajakan di Pasar Gintung antara lain bisa dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1.1 Produk-produk UMKM di Pasar Gintung

Sebagai wujud dukungan dari kegiatan peningkatan taraf ekonomi masyarakat melalui UMKM, Universitas Budi Luhur ingin berpartisipasi dengan membantu menyelesaikan masalah utama mitra yaitu belum maksimalnya promosi dan penjualan produk UMKM Pasar Gintung, terutama promosi dan melalui media digital, baik web maupun media sosial. Adapun upaya penyelesaian masalah yang dilakukan terlebih dahulu, adalah memberikan edukasi pelatihan promosi produk di media sosial bagi anggota paguyuban, mulai dari memilih media sosial yang sesuai, membuat foto produk dengan baik, membuat deskripsi produk serta edukasi bagaimana meningkatkan follower media sosial. Pelatihan ini bertujuan agar anggota paguyuban secara personal mampu memasarkan produknya sendiri menggunakan media sosial yang dimiliki. Selanjutnya memberikan edukasi bagaimana menjual produk-produk anggota di e-commerce / online shop yang mudah digunakan, mulai dari membuat akun, mengunggah gambar serta spesifikasi produk, memilih jasa pengiriman, menentukan harga dan memilih model promosi yang disediakan di aplikasi online shop. Untuk mengintegrasikan penggunaan media sosial dan penjualan di online shop, akan dibuatkan juga portal web yang pengelolaannya diserahkan kepada penguruspaguyuban. Pada portal web ini, profil UMKM, deskripsi produk secara detil akan uraikan. Untuk pembelian produk, telah disiapkan link yang bisa mengakses ke produktersebut di laman online shop. Penggunakan media sosial diharapkan akan meningkatkan promosi produk-produk UMKM di masyarakat luas, dan penggunaan online shop akan memudahkan transaksi penjualan yang menjangkau ke seluruh Indonesia. Tersebarnya informasi produk dan mudahnya penjualan diharapkan akan meningkatkan penjualan produk UMKM dan meningkatkan taraf ekonomi anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.

1.2. Permasalahan Mitra

Berikut adalah permasalahan berdasarkan pengamatan yang dilakukan dan disepakati oleh mitra:

1) Pada saat ini, promosi produk-produk UMKM yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Pasar Gintung masih dilakukan secara tradisional. Promosi dilakukan antara lain dengan mengikuti bazar-bazar atau event-event yang diselenggarakan

oleh pihak lain. Meskipun sudah marak penggunakan media sosial di masyarakat, namun anggota paguyuban belum memaksimalkan media sosial untuk melakukan promosi produk-produk UMKM mereka. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan anggota dalam memanfaatkan fitur-fitur media sosial, termasuk untuk promosi produk-produk mereka.

2) Anggota paguyuban menempati kios-kios yang disediakan oleh pemerintah Kota Tangerang Selatan untuk menjajakan produknya secara langsung. Kebanyakan anggota masih merasa kesulitan dalam memaksimalkan pemanfaatan media sosial maupun online shop untuk menjual produk mereka. Hal ini dikarenakan para anggota belum semuanya memiliki kemampuan dalam menggunakan online shop.

3) Meskipun ada beberapa anggota paguyuban yang sudah menggunakan media sosial, namun secara umum jumlah follower mereka masih terhitung sedikit, secaraumum masih di bawah 200, sehingga kalaupun memasarkan menggunakan media sosial, jangkauan pemasaran produknya masih terbatas. Mitra mengharapkan edukasi bagaimana meningkatkan follower media sosial, agar ketika menggunakanmedia sosial untuk promosi produk mereka, jangkauannya bisa lebih luas, sehinggapotensi penjualan juga diharapkan bisa meningkat.

BAB II SOLUSI

Berdasarkan masalah yang ada pada mitra m,aka diperlukan pelatihan dan pendampingan sehingga dapat memaksimalkan pemasaran dan penjualan produk menggunakan media sosial dan online shop yang terintegrasi dalam portal web. Oleh karena itu dapat diberikan sebuah solusi dan alternatif yang ditawarkan sebagai berikut:

1. Edukasi promosi dan penjualan produk UMKM memanfatkan media sosial dan online shop.

Pemberian edukasi penggunaan media sosial melalui 1 kali pelatihan untuk memasarkan produk-produk UMKM anggota paguyuban dan bagaimana meningkatkan follower media sosial. Pemberian edukasi melalui 1 kali pelatihan menggunakan online shop untuk menjual produk-produk UMKM. Setiap promosi produk UMKM, selalu disertakan link yang merujuk ke produk di portal web UMKM. Karena produk UMKM cukup beragam, maka target pemasaran dan penjualan produk adalah semua umur, tanpa membedakan jenis kelamin dengan jangkauan pemasaran seluruh Indonesia, sesuai jangkauan jasa kurir yang tersedia dalam online shop.

Luaran / capaian:

a. Peserta pelatihan (anggota paguyuban UMKM Pasar Gintung), mampu menggunakan media sosial dan online shop dengan tepat, untuk memasarkan dan menjual produk UMKM mereka.
b. Meningkatkan follower media sosial hingga 500 follower per anggota.
c. Meningkatkan views pengguna media sosial terhadap produk yang dipromosikan dengan target 500 hingga 1000 vews per bulan.
d. Meningkatkan hasil penjualan produk untuk menambah penghasilan anggota dengan target sekitar Rp. 2.000.000 hingga 5.000.000 per anggota per bulan.

2. Membangun portal web UMKM Pasar Gintung

Membangun portal website menggunakan CMS yang bisa diakses dengan smartphone yang mampu menampilkan deskripsi produk UMKM secara utuh, terintegrasi dengan media sosial serta terhubung dengan online shop untuk proses penjualan. Portal website ini dibuat sebagai media informasi paguyuban UMKM, informasi anggota UMKM beserta produk-produknya seacra detil, sehingga menjadi informasi yang lengkap bagi pembeli terhadap produk-produk anggota UMKM. Proses transaksi penjualan tidak langsung ditangani oleh portal web ini, namun berupa link ke online shop sesuai dengan produk yang diinformasikan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengelolaan website oleh pengurus paguyuban.

Luaran / capaian:

- Portal website menggunakan CMS yang dapat menampilkan deskripsi produk- produk UKM dan masing-masing terhubung dengan online shop untuk transaksi penjualan.

Tabel 2. Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1	Publikasi Ilmiah pada Jurnal Terakreditasi, tahun ke-1	Terbit
2	Publikasi pada media masa cetak/online/repository PT	Tidak ada
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya)	Penerapan
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	Penerapan
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Penerapan
	Luaran Tambahan	
1	Publikasi di jurnal internasional	Draft
2	Jasa: rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang	Penerapan
3	Inovasi baru TTG	Tidak ada
4	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	Terbit
5	Buku ber ISBN	Tidak ada

BAB III METODE PELAKSANAAN

Berikut adalah tahapan kegiatan yang akan ditempuh untuk melaksanakan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra Paguyuban UMKM Pasar Gintung, Ciputat Timur, Tangerang Selatan:

1. Solusi: Edukasi promosi dan penjualan produk UMKM memanfatkan media sosial dan online shop
   Langkah:
   a. Pemberian edukasi 1 kali pelatihan oleh 1 orang pakar mengenai bagaimana penggunaan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter) dengan menggunakan smartphone untuk mempromosikan produk UMKM. Peserta pelatihan berjumlah sekitar 30-50 orang anggota paguyuban UMKM termasuk pengurusnya. Pelatihan dimulai dengan membuat akun media sosial menggunakan smartphone, pembuatan konten promosi produk (pengambilan foto produk, pembuatan video untuk di media sosial, terutama TikTok), pembuatan deskripsi produk, penggunaan hashtag atau keyword yang tepat, penjelasan cara posting produk di masing-masing media sosial.
   b. Pemberian edukasi 1 kali pelatihan oleh 1 orang pakar mengenai bagaimana penggunaan online shop (tokopedia, shoope) menggunakan smartphone untuk menjual produk UMKM. Peserta pelatihan berjumlah sekitar 30-50 orang anggota paguyuban UMKM termasuk pengurusnya. Pelatihan dimulai dengan membuat akun di online shop menggunakan smartphone, pembuatan konten penjualan produk (pengambilan foto produk), pembuatan deskripsi produk, penggunaan hashtag atau keyword yang tepat, penjelasan cara posting produk, upload foto, pemilihan jasa pengiriman serta fitur masing-masing online shop.
   c. Pemberian edukasi 1 kali pelatihan oleh 1 orang pakar bagaimana meningkatkan follower media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter) dengan menggunakan smartphone. Peserta pelatihan berjumlah sekitar 30-50 orang anggota paguyuban UMKM termasuk pengurusnya. Pelatihan menjelaskan bagaimana membuat posting media sosial yang baik, bagaimana tips dan trik memperbanyak follower.

2. Solusi: Membangun portal web UMKM Pasar Gintung
   Langkah:

   a. Menyewa hosting dan domain untuk membangun portal website menggunakan CMS (wordpress) memanfaatkan template yang sesuai, yang bisa diakses dengan smartphone yang mampu menampilkan deskripsi produk UMKM secara utuh, terintegrasi dengan media sosial serta terhubung dengan online shop untuk proses penjualan.
   b. Pemberian edukasi 1 kali pelatihan oleh 1 orang pakar bagaimana membuat posting baik produk maupun deskripsi anggota di website UMKM Pasar

Gintung dengan menggunakan smartphone. Peserta pelatihan berjumlah 2-5 orang pengurus paguyuban UMKM.

Berikut adalah partisipasi mitra dalam pelaksanaan Program Kegiatan Masyarakat

1. Pada Tahap Awal, mitra berpartisipasi dalam:
   a. Memberikan informasi tentang permasalahan yang dihadapi mitra
   b. Memberikan perijinan untuk melakukan studi lapangan pada wilayah mitra
   c. Menandatangani perijinan program pengabdian kepada masyarakat.

2. Pada Tahap Pelaksanaan, mitra berpartisipasi dalam:
   a. Menyediakan tempat di ruang pertemuan Pasar Gintung untuk pelatihan penggunaan media sosial untuk meningkatkan promosi, pelatihan penggunaan online shop untuk melakukan penjualan, pelatihan meningkatkan follower media sosial dan pelatihan bagi pengurus dalam mengelola portal website.
   b. Menyediakan fasilitas untuk pelatihan penggunaan media sosial, online shop dan pengelolaan portal website (smartphone dengan akun-akun yang sudah terhubung dengan media sosial dan online shop).
   c. Memantau pelaksanaan kegiatan.

3. Pada Tahap Akhir, mitra memberikan perijinan untuk memantau keberlanjutan pelaksanaan program. Agar terjamin keberlangsungan yang baik, maka dilakukan evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program sebagai acuan timbal balik.

   a. Edukasi penggunakan medial sosial untuk promosi produk
      Anggota paguyuban mampu menggunakan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, twitter) menggunakan smartphone dengan baik dan tepat, untuk mempromosikan produk – produk UMKM. Hal ini dapat terlihat dari jumlah viewers produk.

   b. Edukasi penggunakan online shop untuk promosi produk
      Anggota paguyuban mampu menggunakan online shop (tokopedia dan shoope) menggunakan smartphone dengan baik dan tepat, untuk menjual produk-produk UMKM. Hal ini dapat terlihat dari jumlah produk UMKM yang berhasil terjual melalui online shop.

   c. Edukasi meningkatkan jumlah follower media sosial
      Anggota paguyuban membuat posting yang baik dengan tehnik-tehnik tertentu di media sosial menggunakan menggunakan smartphone sehingga dapat meningkat follower. Hal ini dapat dilihat dari jumlah follower media sosial pengguna.

   d. Portal web UMKM Pasar Gintung
      Pengurus paguyuban UMKM mampu menggunakan dan mengelola portal web

UMKM Pasar Gintung antara lain untuk:

- Login ke dalam menu admin
- Membuat posting produk lengkap dengan foto dan deskripsi
- Membuat link ke online shop sesuai barang yang ditampilkan di web
- Menentukan jasa pengiriman produk yang sesuai
- Menentukan harga menyesuaikan ketentuan online shop
- Melayani transaksi menggunakan online shop.

BAB IV KELAYAKAN PELAKSANA

4.1. Jenis Kepakaran

Kepakaran yang diperlukan dalam membantu menyelesaikan permasalahan pada mitra adalah:

a. Memiliki pengalaman mengajar
b. Menguasai bahasa pemrograman berbasis website
c. Menguasai penggunaan media sosial, *online shop*, dan perancangan media promosi
d. Menguasai teknik komunikasi dan perancangan desain komunikasi visual, komunikasi digital

4.2. Uraian Tugas

Berikut ini uraian tugas dan kepakaran dari tim pelakasana:

No	Nama	Kepakaran	Uraian Tugas
1.	Agnes Aryasanti, S.Kom.,M.Kom	Latar belakang di bidang Sistem Informasi, menguasai bahasa pemrograman berbasis website	• Melakukan survey dan analisa obyek. • Membuat Website • Edukasi pengelolaan website • Edukasi penggunaan media sosial
2.	Abdul Muis Sobri, S.Ag, M.Kom	Latar belakang di bidang teknologi informasi, menguasai penggunaan media sosial, online shop, perancangan media promosi	• Membuat proposal • Membuat modul • Membuat Laporan Kegiatan • Edukasi penggunaan online shop • Edukasi foto produk
3.	Mulyati, M.I.Kom	Latar belakang di bidang komunikasi, menguasai perancangan desain komunikasi visual, komunikasi digital	• Menyiapkan konsep dan administrasi kerja sama • Edukasi perancangan promosi media sosial

			• Edukasi peningkatan follower media sosial
4	Sinta Raya Lestari	Sebagai mahasiswa Sistem Informasi	• Membantu mempersiapkan tools sebelum pelatihan • Membantu asistensi pada kegiatan pelatihan

BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1. Edukasi promosi dan penjualan produk UMKM memanfatkan media sosial dan online shop.

Pelaksanaan rangkaian kegiatan edukasi/pelatihan promosi dan penjualan produk UMKM memanfaatka media sosial dan online shop berjalan lancar. Kegiatan ini diselenggarakan pada pada Sabtu, 10 Juni 2023 di Pasar Gintung, Ciputat Timur, Tangerang Selatan. Peserta yang hadir sebanyak 35 peserta yang sebagian besar merupakan anggota UMKM Pasar Gintung.

Kegiatan pelatihan dibagi beberapa sesi, yaitu:

a. Sesi 1, Pembukaan dan Sambutan
   Kegiatan dibuka oleh Ketua paguyupan UMKM, selanjutnya doa bersama dipimpin oleh peserta. Kemudian sambutan dari perwakilan tim pelaksana dan sambutan dari perwakilan Paguyupan UMKM.
b. Sesi 2, Pemberian soal PreTest
   Asisten pelaksana membagikan soal Pre test kepada peserta. Soal ini diberikan untuk dapat mengukur sejauh mana peserta mengetahui tentang materi yang akan diberikan.
c. Sesi 3, Penyampaian Materi 1.
   Instruktur menyampaikan materi pemasaran produk di media sosial dengan menekankan pentingnya memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM. Memaksimalkan Media sosial sebagai jalur pemasaran produk yang tidak terbatas wilayah, tips dan trik pemasaran yang jitu menggunakan berbagai platform media sosial, terutama penggunaan instagram bisnis yang memang difokuskan untuk pemasaran produk. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktekkan langsung. Kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 5.1.
d. Sesi 4, Penyampaian Materi 2.
   Intruktur menyampaikan materi tips dan trik mengambil foto produk yang bagus dan menarik baik menggunakan kamera smartphone maupun kamera profesional, termasuk penggunaan peralatan tambahan lain yang dibutuhkan untuk memaksimalkan hasil pemotretan. Gambar 5.2 menampilkan dokumentasi penyampaian materi foto produk, peserta juga diberikan kesempatan untuk praktek langsung menggunakan *smartphone* masing-masing.
e. Sesi 4, Istirahat dan Makan siang
   Penyampaian materi 2 selesai pada pukul 12:00, selanjutnya peserta dan tim pelaksana istirahat dan makan siang bersama.
f. Sesi 5, Penyampaian Materi 3,
   Materi yang disampaikan pada sesi ini adalah membuat akun di beberapa *marketplace* (Tokopedia, Shopee), upgrade akun penjual dan mengatur preferensi toko. Pada sesi ini, peserta diajak untuk mempraktekkan langsung di setiap proses pembuatan akun, upgrade akun hingga toko siap digunakan untuk menjual produk. Kegiatan ini ditunjukkan oleh Gambar 5.3.
g. Sesi 6, Pemberian Soal post test dan Kuisioner
   Asisten Pelaksana membagikan soal post test dan kuisioner kepada peserta. Hasil dari soal dan kuisioner nanti akan manjadi evaluasi kegiatan PKM.
h. Sesi 7, Penutup dan Foto bersama
   Kegiatan Pelatihan ditutup dengan foto bersama tim pelaksan dan peserta pelatihan.

Gambar 5. 1 Penyampaian Materi Pemasaran Produk di Media Sosial

Gambar 5. 2. Penyampaian Materi Foto Produk

Gambar 5. 3. Penyampaian Materi online shop

5.2. Membangun portal web UMKM Pasar Gintung

Domain untuk portal website UMKM Pasar Gintung adalah https://pasargintung.my.id, dipilih sesuai nama paguyuban UMKM. Hosting dan domain website tersebut disewa selama satu tahun dari penyedia layanan hosting dan domain https://www.rumahweb.com/. Website UMKM tersebut diisi dengan beberapa hal, diantaranya:

a. Profil UMKM

   Profil UMKM berisi gambaran lengkap tentang Paguyuban UMKM Pasa Gintung, sejarah, visi, program kerja, kegiatan serta kepengurusan.

b. Anggota UMKM

   Pada menu ini, digambarkan secara rinci kelompok-kelompk usaha yang tergabung dalam paguyuban, profil masing-masing anggota, perincian produk-produk anggota, serta deskripsi produk-produk tersebut.

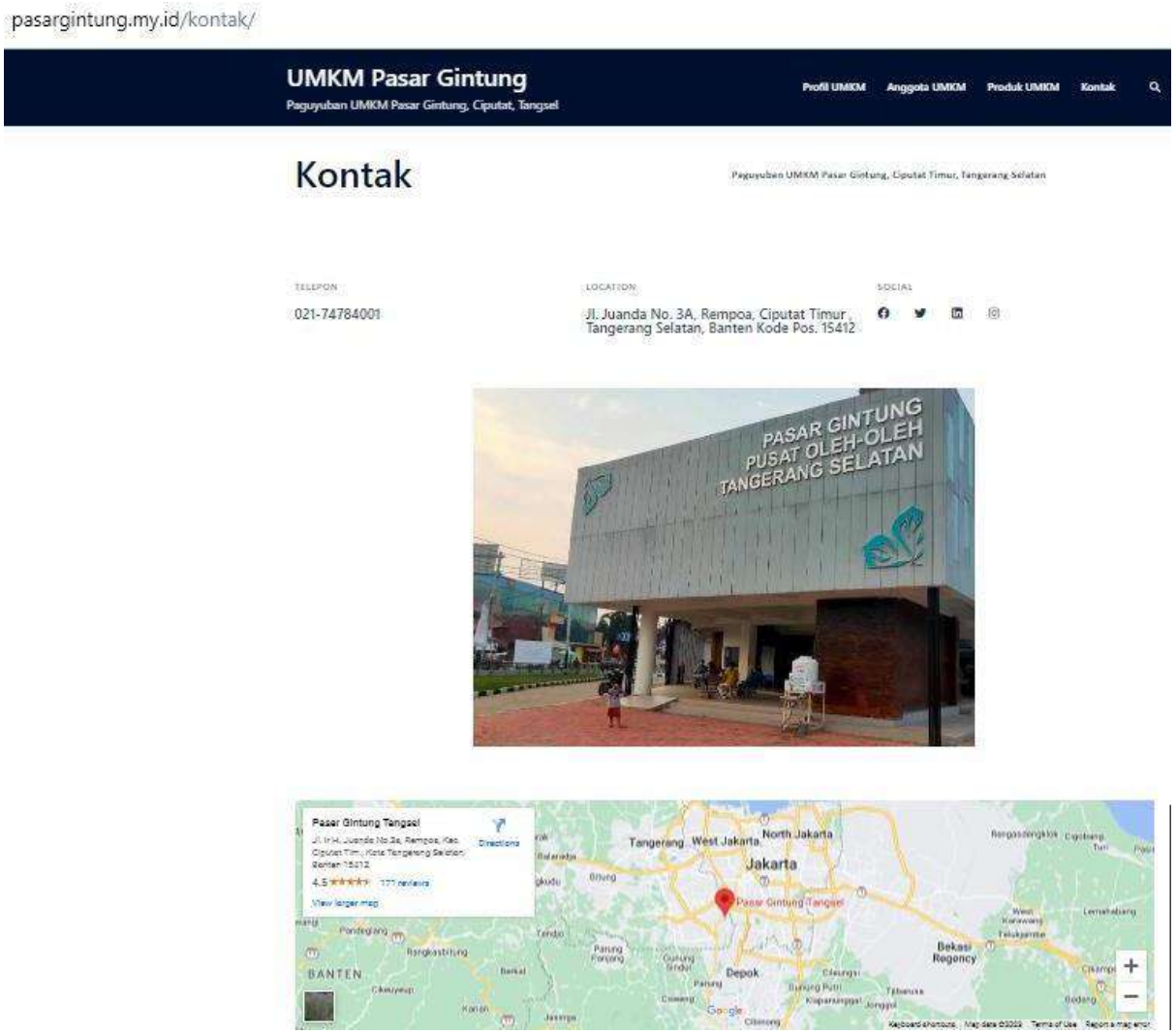
c. Produk UMKM

   Menu ini khusus untuk menampilkan semua produk dari Paguyuban UMKM Pasar Gintung. Setiap produk dijelaskan siapa pemiliknya (anggota UMKM), deskripsi, foto produk, harga, dan bagaimana cara membelinya

d. Kontak

   Pada menu ini, pengunjung website bisa berkomunikasi dengan pengelola Paguyuban UMKM Pasar Gintung menggunakan form isian yang disediakan atau berkomunikasi menggunakan nomor telpon yang disediakan. Dalam menu ini juga digambarkan lokasi UMKM Pasar Gintung menggunakan google maps.

Gambar 5. 4 Halaman Website



Gambar 5. 5 Halaman Website

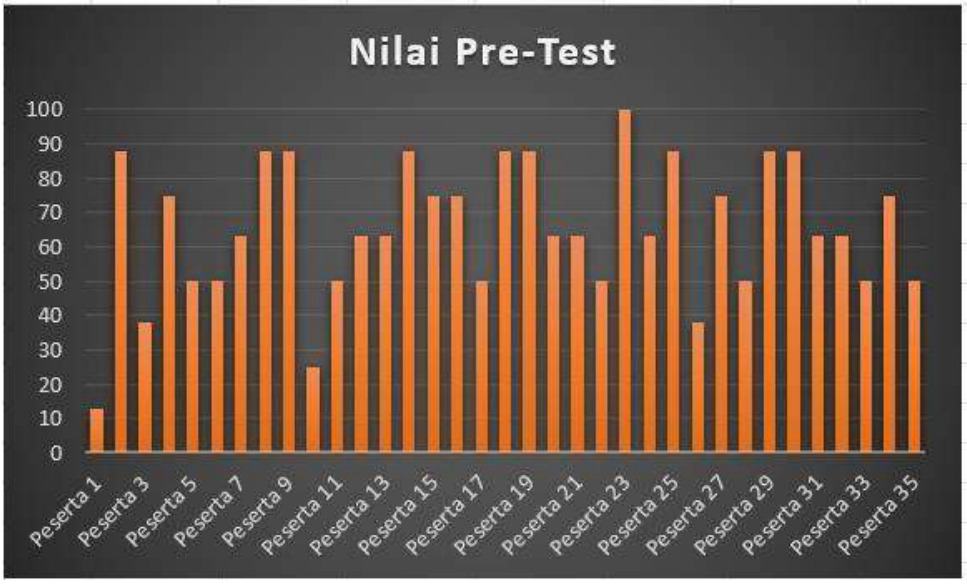
Website https://pasargintung.my.id dibangun oleh tim pelaksana Pengabdian pada Masyarakat Universitas Budi Luhur, mulai dari membangun tampilan depan, pemilihan tema, desaian dan melengkapi konten dari website. Selanjutnya pengelolaan website akan diserahkan kepada pengurus Paguyuban UMKM Pasar Gintung, untuk mengupdate berita, data produk juga data-data yang lain menyangkut kepentingan paguyuban.

5.3. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, berdasarkan dari hasil perbandingan nilai rata-rata Pre-test dengan Post test, serta hasil Kuisioner yang diisi oleh peserta.

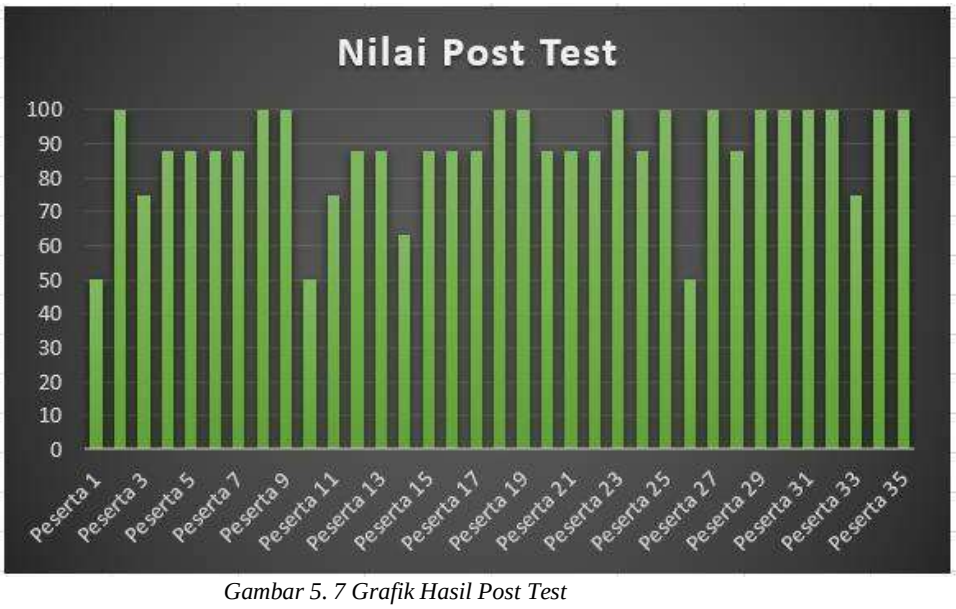
a. Hasil Perbandingan Nilai Pre-Test dan Post Test

Soal Pre-Test diberikan sebelum pelatihan dimulai, hasil yang didapatkan terdapat satu peserta yang mendapatkan nilai 100 dari range 0 sampai 100, dan satu peserta mendapatkan nilai 13. Rata-rata nilai peserta sebesar 65,3. Hal ini menggambarkan bahwa peserta sudah mengetahui materi yang akan diberikan tetapi belum memahami lebih dalam. Gambar 5.5 menunjukkan hasil nilai pre-test peserta.

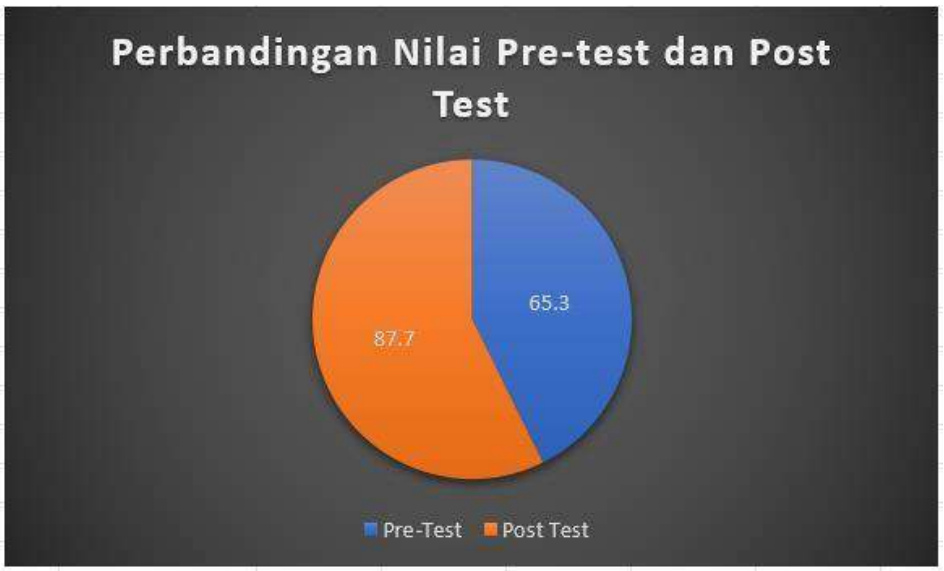


Gambar 5. 6. Grafik Hasil Pre-test

Hasil *post test* dapat dilihat pada Gambar 5.7, ada peningkatan nilai dari peserta setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Lebih dari satu peserta yang mendapatkan nilai terbesar, 100 dan nilai terkecil 50. Nilai rata-rata post test sebesar 87,7, hal ini menjelaskan bahwa ada peningkatan pengetahuan peserta setelah dilakukan pelatihan. Dimana sebelumnya nilai rata-rata pre-test sebesar 65,3 terdapat peningkatan nilai rata-rata 22,4. Perbandingan nilai rata-rata pre-test dan post test ditunjukkan oleh Gambar 5.8.



Gambar 5. 7 Grafik Hasil Post Test



Gambar 5. 8 Perbandingan Nilai Pre-test dan Post Test

b. Hasil Kuisioner

Hasil Kuisioner ditunjukkan oleh Tabel 5.1, terdapat 35 peserta yang mengisi kuisioner.

Keterangan:
SS= Sangat Setuju
S = Setuju
KS= Kurang Setuju
TS= Tidak Setuju
STS= Sanat Tidak Setuju

Tabel 5. 1 Hasil Kuisioner

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total Responden
1	Pelatihan pemasaran dan penjualan produk online berbasis web yang terintegrasi dengan media sosial dan online market ini bermanfaat	19	16				35
2	Pelatihan yang diperoleh meningkatkan ketrampilan dan produktifitas Bapak/Ibu dalam pekerjaan	18	17				35
3	Materi yang diberikan oleh narasumber pelatihan cukup jelas	15	18	2			35
4	Penyajian materi mudah dimengerti	11	22	2			35
5	Pelatihan dapat meningkatkan produktivitas UMKM	20	14	1			35
6	Materi pelatihan yang didapat, belum pernah saya ketahui sebelumnya		22	11	1	1	35
7	Fasilitas pelatihan (projektor, layar, kamera, lampu kamera, tempat, snack, makan siang, dll) sudah sesuai kelayakan	18	15	2			35
8	Tempat pelaksanaan pelatihan mudah diakses	18	15	2			35
9	Waktu pelaksanaan pelatihan tidak mengganggu aktifitas sehari-hari peserta	20	10	3	2		35
10	Peserta dapat memahami materi dengan jelas dalam durasi waktu yang diberikan	11	24				35

Hasil dari kuisioner kemudian dihitung dengan rumus[4] :

$$\%\text{Skor Total} = \frac{Skor\ Aktual}{Skor\ Ideal}$$

Skor Aktual= Jumlah Skor jawaban responden

Skor Ideal= Jumlah skor maksimum (Jumlah responden x Jumlah pertanyaan)

Perhitungan Nilai skor kuisioner peserta pelatihan ditunjukkan oleh Tabel 5.2.

Tabel 5. 2. Perhitungan Nilai Skor Kuisioner Peserta Pelatihan

No. P	SS	S	KS	TS	STS	Pembobotan					Skor Aktual	Presentase Skor Aktual
						SS x 5	S x 4	KS x 3	SS x 2	SS x 1		(Skor Aktual/skor Ideal)*100%
P1	19	16	0	0	0	95	64	0	0	0	159	91%
P2	18	17	0	0	0	90	68	0	0	0	158	90%
P3	15	18	2	0	0	75	72	6	0	0	153	87%
P4	11	22	2	0	0	55	88	6	0	0	149	85%
P5	20	14	1	0	0	100	56	3	0	0	159	91%
P6	0	22	11	1	1	0	88	33	2	1	124	71%
P7	18	15	2	0	0	90	60	6	0	0	156	89%
P8	18	15	2	0	0	90	60	6	0	0	156	89%
P9	20	10	3	2	0	100	40	9	4	0	153	87%
P10	11	24	0	0	0	55	96	0	0	0	151	86%
Rata-rata Presentase Skor Aktual												86.74%

Keterangan:

No.P =Nomor Pertanyaan

P1= Pertanyaan 1

P2=Pertanyaan 2, dst

Tabel 5.3 menunjukkan kriteria penilaian pada seluruh variabel (Pranita et al., 2022).

Tabel 5. 3. Kriteria Penilaian

No	Presentase	Kriteria
1	20.00-36.00	Sangat Rendah/Buruk
2	36.01-52.00	Rendah/Buruk
3	52.01-68.00	Kurang
4	68.01-84.00	Tinggi/Baik
5	84.01-100.00	Sangat Tinggi/ Baik

Berdasarkan hasil perhitungan kriteria penilaian pada tabel 5.2, didapatkan nilai rata-rata skor aktual sebesar 86.74%, artinya berada pada kriteria sangat tinggi/baik.

5.4. Luaran Kegiatan

Luaran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai berikut:

a. Publikasi kegiatan pada media massa cetak/elektronik
b. Publikasi artikel di jurnal nasional terakreditasi SINTA 4 (draft artikel)
c. Hak Cipta (form pengajuan)

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

a. Setelah diadakan pelatihan peserta mampu memanfaatkan fitur-fitur media sosial, termasuk untukpromosi produk dan memaksimalkan fitur pada media sosial untuk meningkatkan follower.
b. Setelah pelatihan, peserta telah memiliki akun di salah satu market place yaitu Tokopedia.com dan memaksimalkan untuk penjualan produk.
c. Berdasarkan nilai Pre test dan Post test terdapat peningkatan nilai peserta di nilai post test dibandingkan dengan nilai prestest. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan pengetahuan peserta setelah mendapatkan pelatihan. Hal ini dapat dilihat nilai rata-rata peserta sebelum pelatihan sebesar 65.3 dari range 0 sampai 100 dan setelah pelatihan sebesar 87,7. Sehingga nilai rata-rata nilai naik 22,4.

6.2 Saran

a. Perlu diadakan pelatihan lanjutan dan perdalam materi terkait pemanfaat media sosial.
b. Perlu dipersiapkan lebih matang untuk strategi penyampaian materi apabila
c. Dipilihnya peserta pelatihan berdasarkan tingkat kemampuan peserta sehingga target pelatihan dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

[1] M. Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: PT Rajawali Pers, 2010.

[2] A. Hanif and I. A. Manarvi, "Influence of Quality, Innovation and New Product/Services Design on Small and Medium Enterprises," in *Proceeding of the World Congress on Engineering* , 2009.

[3] A. Yuliani, "Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online," *https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media*, Nov. 17, 2017.

[4] D. Pranita, E. T. Sule, D. Kartini, and U. Kultum, *Co-Creation Model for Competitive Marine Tourism Destination / Model Kreasi Bersama Pada Destinasi Wisata Bahari*, 1st ed. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Realisasi Biaya

1. Honorarium				
Honor	Honor/jam (Rp)	Waktu Jam/Minggu	Minggu	Honor (Rp)
Pelaksana 1	20.000,00	4	5	400.000,00
Pelaksana 2	20.000,00	4	5	400.000,00
Pelaksana 3	20.000,00	4	5	400.000,00
Asisten Pelaksana	10.000,00	3	5	150.000,00
			Sub Total (Rp)	**1.350.000,00**
2. Bahan Habis Pakai				
Material	Justifikasi Pembelian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
Konsumsi	Makan, minum, snack peserta dan tim pelaksana	44	40.000,00	1.760.000,00
Materai	Materai 10.000	4	11.000,00	44.000,00
Spanduk	Spanduk acara	1	200.000,00	200.000,00
			Subtotal (Rp)	**2.004.000,00**
3. Perjalanan				
Uraian	Justifikasi Perjalanan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Perkenalan ke mitra PKM	Taksi online	2	65.000,00	130.000,00
Analisis situasi dan kebutuhan Mitra	Taksi online	2	65.000,00	130.000,00
Survey tempat pelatihan	Taksi online	2	65.000,00	130.000,00
Pelatihan	Taksi online	2	65.000,00	130.000,00
			Subtotal (Rp)	**520.000,00**
4. Sewa				
Material	Justifikasi Sewa	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Proyektor	proyektor	1	400.000,00	400.000,00
Hosting dan Domain	Paket 1 tahun	1	500.000,00	500.000,00
			Subtotal (Rp)	**900.000,00**
5. Hak atas Kekayaan Intelektual				

Uraian	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
HAKI	Administrasi pengurusan HAKI	1	225.000,00	225.000,00
			Subtotal (Rp)	**225.000,00**
			Total Anggaran	**4.999.00,00**

Lampiran 2: Biodata Ketua dan Anggota Tim Pelaksana

Biodata Ketua Pelaksana

A. Identitas Diri

Nama Lengkap	:	Agnes Aryasanti
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Jabatan Fungsional	:	Lektor
NIP/NIDN	:	120059/0322018502
Tempat, Tanggal Lahir	:	Gumawang, 22 Januari 1985
Email	:	agnes.aryasanti@budiluhur.ac.id
Nomor Handphone	:	085945766802
Alamat	:	Jl. H. Thosin, Ciledug Tangerang Banten

B. Riwayat Pendidikan

Riwayat Pendidikan			
	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Budi Luhur	Universitas Budi Luhur	
Bidang Ilmu	Sistem Informasi	Ilmu Komputer	
Tahun Masuk – Lulus	2002-2008	2012-2014	

C. Pengalaman Pengabdian (5 Tahun Terakhir)

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (Rp)
1	2012	Rumah Cerdas Berbudi Luhur di Kabupaten Sleman Tahun Kedua	Universitas Budi Luhur	14.000.000
2	2013	Rumah Cerdas Berbudi Luhur di Kabupaten Sleman Tahun Ketiga	Universitas Budi Luhur	14.000.000
4	2015	Peningkatan Sumber Daya Manusia Dengan Mengenalkan Ms. Power Point Di Lingkungan Yayasan Nurul Ikhlas Pondok Aren Tangerang	Universitas Budi Luhur	4.500.000

5	2016	Program Peningkatan Sumber Daya Manusia Dalam Pembuatan Naskah Dengan Microsoft Word 2013 Di Lingkungan Yayasan Nurul Ikhlas Pondok Aren Tangerang	Universitas Budi Luhur	4.500.000
6	2016	Peningkatan Sumber Daya Manusia Dengan Memperdalam Ms.Word Di SDN Duri Kepa 17 Pagi Kebon Jeruk Jakarta Barat	Universitas Budi Luhur	4.500.000
7	2017	Pelatihan Ms. Powerpoint Untuk Meningkatkan Kinerja Staf Dan Masyarakat Di Kelurahan Larangan Indah Tangerang	Universitas Budi Luhur	4.500.000
8	2017	Pelatihan Microsoft Excel Untuk Meningkatkan Keahlian Komputer Para Pelajar Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Bina Bangsa Larangan Kota Tangerang	Universitas Budi Luhur	4.500.000
9	2018	Pelatihan Microsoft Excel Untuk Meningkatkan Keahlian Komputer Para Pelajar Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Larangan Kota Tangerang	Universitas Budi Luhur	4.500.000
10	2018	Pengembangan Kompetensi Siswa-Siswi Sekolah PKBM Bina Bangsa Larangan Tangerang pada Pelatihan Microsoft Excel	Universitas Budi Luhur	4.500.000
11	2019	Peningkatan Keahlian dalam Kalkulasi Statistik Microsoft Excel Pada PKBM Dharma Putra Mandiri Tangerang	Universitas Budi Luhur	4.500.000
12	2019	Pelatihan Pembuatan Surat Lamaran Kerja Bagi Calon Lulusan PKBM Bina Bangsa Larangan Tangerang	Universitas Budi Luhur	4.500.000
13	2020	Pelatihan Pembuatan Surat Lamaran Kerja Bagi Calon Lulusan PKBM Bina Bangsa Larangan Tangerang	Mandiri	3.436.000

D. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal (5 Tahun Terakhir)

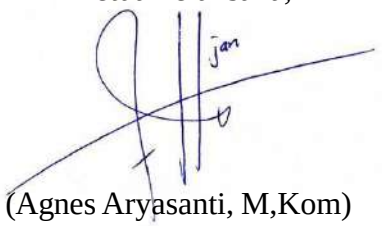
No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1	2019	Pelatihan Microsoft Excel Guna Meningkatkan Kompetensi Siswa pada PKBM Bina Bangsa Larangan Tangerang	SENABDIKOM	eISBN 9786027200784/ 2019
2	2021	Pembekalan Ilmu Perhitungan Digital Berbasis Stand Alone dan Cloud Melalui Excel dan Spreadsheet	JaaTTEc	p-ISSN: 2715-9019
3	2021	Pelatihan Pembuatan Surat Lamaran Kerja Berbasis Digital Branding	Jurnal Pengabdian Masyarakat Tekno	ISSN: 9999-9999 (media online)
4	2022	Pembuatan dan Pengelolaan Bank Soal Menggunakan ExamView Di SMP Negeri 182	Journal of Komputer Science Contributions (JUCOSCO)	2774-9037
5	2022	Pelatihan Pengenalan Internet dan E-mail Pada Staf AdministrasiUD. Inti Mas Motor Jakarta	KRESNA: Jurnal Risetdan Pengabdian Masyarakat	2809-6509

E. Perolehan HKI (5 Tahun Terakhir)

No	Judul HKI	Tahun	Jenis	No Pencatatan
1.	Peningkatan Keahlian Dalam Kalkulasi Statistik Microsoft Excel Pada PKBM Dharma Putra Mandiri Tangerang	2020	Karya Tulis	000178543

Jakarta, 7 Juli 2023

Ketua Pelaksana,



(Agnes Aryasanti, M,Kom)

Biodata Anggota Pelaksana 1

A. Identitas Diri

Identitas Diri	
Nama Lengkap	Abdul Muis Sobri, S.Ag, M.Kom
Jenis Kelamin	Laki-laki
Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
NIP/ NIDN	140026 / 0324107203
Tempat, Tanggal Lahir	Banyuwangi, 24 Oktober 1972
Email	abdul.muis@budiluhur.ac.id
Nomor Handphone	08161440557
Alamat	Komplek Peruri Blok E-26 Pisangan Ciputat Timur Tangerang Selatan

B. Riwayat Pendidikan

Riwayat Pendidikan			
	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Universitas Budi Luhur	
Bidang Ilmu	Pendidikan Bahasa	Ilmu Komputer	
Tahun Masuk - Lulus	1991 - 1998	2012 - 2014	

C. Pengalaman Pengabdian (5 Tahun Terakhir)

Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat 5 Tahun Terakhir				
No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (Rp)
1	2019	Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Animasi dengan Adobe Animate / Adobe Flash Untuk Guru-guru Di Mts Negeri 8 Jakarta Barat	UBL	4,500,000.-

D. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal (5 Tahun Terakhir)

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1	2020	Selecting Network Monitoring System Software with Analytical Hierarchy Process Method	Jurnal Teknik Informatika	Vol 13 (1), 61, 2020
2	2022	Pemberitaan Isu Tsunami Megathurst 20 Meter Jawa Dalam Tinjauan Jurnalisme Sains	Jurnal Studi Jurnalistik	Vol 4, No 1 2022

E. HKI (5 Tahun Terakhir)

No	Judul HKI	Tahun	Jenis	No Pencatatan
1.	-	-	-	-

Jakarta, 07 Juli 2023

Anggota Pelaksana,

(Abdul Muis Sobri, S.Ag, M.Kom)

Biodata Anggota Pelaksana 2

F. Identitas Diri

Identitas Diri	
Nama Lengkap	Mulyati, M.I.Kom
Jenis Kelamin	Perempuan
Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
NIP/ NIDN	010014/0306017602
Tempat, Tanggal Lahir	Ponorogo, 06 Januari 1976
Email	mulyati@budiluhur.ac.id
Nomor Handphone	081316265834
Alamat	Puri Bintaro Hijau, Blok E7/7, RT.03 RW.12 Kel. Pondok Aren, Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan

G. Riwayat Pendidikan

Riwayat Pendidikan			
	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Budi Luhur	Universitas Mercu Buana	-
Bidang Ilmu	Komunikasi	Komunikasi	-
Tahun Masuk - Lulus	2003-2007	2012-2016	-

H. Pengalaman Pengabdian (5 Tahun Terakhir)

Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat 5 Tahun Terakhir				
No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (Rp)
	-	-	-	-

I. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal (5 Tahun Terakhir)

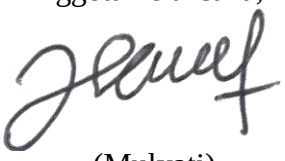
No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
	-	-	-	-

J. HKI (5 Tahun Terakhir)

No	Judul HKI	Tahun	Jenis	No Pencatatan
1.	-	-	-	-

Jakarta, 7 Juli 2023

Anggota Pelaksana,



(Mulyati)

Lampiran 3: Surat Pernyataan Kesediaan Kerja Sama dari Mitra

Paguyuban Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
PASAR GINTUNG
Jl. Juanda No. 3A, Rempoa, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, Banten
Kode Pos 15412 Tel. 021 - 74784001, 0895 1532 6385

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA DARI MITRA

DALAM PELAKSANAAN PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Mei Yanti Nainggolan
Jabatan	:	Ketua Paguyuban UMKM Pasar Gintung
Bidang	:	UMKM

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerja sama dengan Pelaksana Kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul "PKM PAGUYUBAN UMKM PASAR GINTUNG, CIPUTAT TIMUR, TANGERANG SELATAN MELALUI PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK ONLINE BERBASIS WEB YANG TERINTEGRASI DENGAN MEDIA SOSIAL DAN ONLINE MARKET"

Nama Ketua Tim Pengusul	:	Agnes Aryasanti, M.Kom
NIP/NIDN	:	120059/0322018502
Fakultas	:	Fakultas Teknologi Informasi
Perguruan Tinggi	:	Universitas Budi Luhur

Guna menerapkan dan / atau mengembangkan pemasaran dan penjualan produk UMKM secara online memanfaatkan integrasi web, media sosial dan *online shop* bagi anggota Paguyuban UMKM Pasar Gintung, Ciputat Timur, Tangerang Selatan.

Bersama ini pula kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa diantara pihak mitra dan pelaksana kegiatan program tidak ada terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur paksaan di dalam pembuatannya untukdapat digunakan sebagaimana mestinya

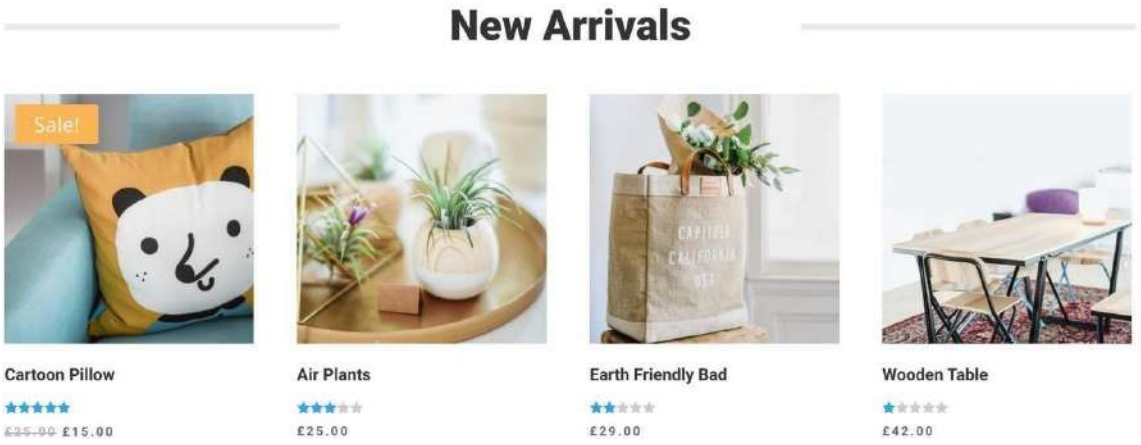
Tangerang, 2 Maret 2023
Yang menyatakan,

Mei Yanti Nainggolan
Ketua Paguyuban UMKM Situ Gintung

Lampiran 4: Gambaran IPTEK

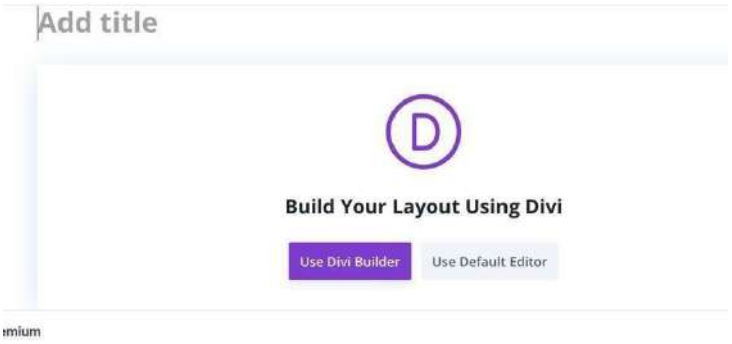
Portal Web UMKM adalah sistem informasi berbasis web yang menggunakan CMS wordpress serta template yang sesuai untuk tampilan dan deskripsi produk. Untuk membuat portal web, dilakukan dengan menyewa jasa web hosting dan sewa nama domain.

Website ini terdiri dari front end dan back end. Front end dapat digunakan oleh anggota maupun masyarakat untuk melihat informasi UKM anggota paguyuban, melihat informasi produk mulai dari foto hingga deskripsi, dan link untuk melalukan transaksi pembelian



Dari sisi backend, pengurus bisa login ke dalam system admin untuk membuat posting produk, membuat psting deskripsi anggota, membuat link produk ke online shop, dan mengatur tampilan-tampilan website secara umum.

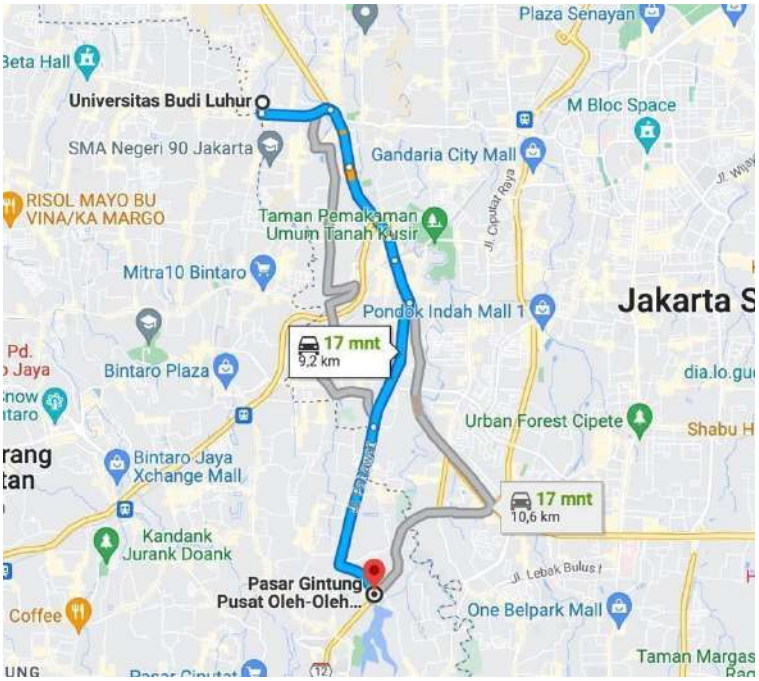
Gambar Halaman login backend



Gambar Backend Untuk Membuat Posting

Lampiran 5: Peta Lokasi Wilayah Mitra (menunjukkan jarak mitra dari Universitas Budi Luhur)

Lokasi Paguyuban UMKM Pasar Gintung dengan Kampus Universitas Budi Luhur Jalan Raya Ciledug berjarak 9,2 KM dalam kondisi lancar dapat ditempuh dengan kendaraan sekitar 17 menit sebagaimana gambar di bawah ini.



Lampiran 6: Surat Perjanjian Kontrak Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

UNIVERSITAS BUDI LUHUR
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI | FAKULTAS EKONOMI & BISNIS | FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
FAKULTAS TEKNIK | FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
Kampus Pusat : Jl. Raya Ciledug - Petukangan Utara - Jakarta Selatan 12260
Telp : 021-5853753 (hunting), Fax : 021-5853489, http://www.budiluhur.ac.id

SURAT PERJANJIAN KONTRAK
PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Nomor A/UBL/DRPM/000/053/05/23

Pada hari ini Senin tanggal 15 Mei 2023, kami yang bertanda tangan di bawah ini:

1. **Dr. Krisna Adiyarta M., S.Kom, M.Sc**, selaku Direktur Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Budi Luhur, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.
2. **Agnes Aryasanti, S.Kom., M.Kom.**, sebagai Ketua Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.

Secara bersama-sama telah mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Judul: "Pkm Paguyuban Umkm Pasar Gintung Ciputat, Tangerang Selatan Melalui Pemasaran Dan Penjualan Produk Online Berbasis Web Yang Terintegrasi Dengan Media Sosial Dan Online Market".

Biaya pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibebankan pada Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti pada semester Genap Tahun 2022/2023 dengan nilai kontrak sebesar Rp 4,500,000.00 (empat juta lima ratus ribu rupiah).

Adapun ketentuan persyaratan kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. **PIHAK KEDUA** harus menyelesaikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan terhitung dari tanggal yang tertera dalam Surat Perjanjian Kontrak Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini;
2. **PIHAK KEDUA** harus menyerahkan Laporan Akhir Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk softcopy kepada **PIHAK PERTAMA**;
3. Dalam hal **PIHAK KEDUA** tidak dapat memenuhi Surat Perjanjian Kontrak Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, maka **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah diterimanya;
4. Apabila jangka waktu pelaksanaan kegiatan seperti tersebut pada butir (1) tidak dapat dipenuhi, maka **PIHAK PERTAMA** tidak akan mempertimbangkan usulan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berikutnya;
5. Pencairan dana Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dalam 1 (satu) tahap sebesar 100% dari nilai kontrak.

Hal-hal yang belum diatur dalam perjanjian ini akan ditentukan kemudian oleh kedua belah pihak.

PIHAK PERTAMA,	PIHAK KEDUA,
(Dr. Krisna Adiyarta M., S.Kom, M.Sc)	(Agnes Aryasanti, S.Kom., M.Kom.)
NIP. 890001	NIP. 120059

KAMPUS ROXY : Pusat Niaga Roxy Mas Blok E.2 No. 38-39 Telp : 021-6328709 - 6328710, Fax : 021-6322872
KAMPUS SALEMBA : Sentra Salemba Mas Blok S-T, Telp : 021-3928688 - 3928689, Fax : 021-3161636

Lampiran 7. Catatan Harian

Tanggal	Kegiatan
3-Maret-23	Membuat Proposal
9-May-23	Proposal di ACC
10-May-23	Koordinasi dan pembagian Tugas
12-May-23	Mencari dan merekap Jurnal PKM yang terakreditasi SINTA
12-May-23	Koordinasi dengan Mitra terkait dengan jadwal Pelatihan dan masih dalam proses diskusi pihak intern Mitra
17-May-23	Pembuatan Website: Daftar Hosting dan konfigurasi dasar
24-May-23	Mencari Jurnal-Jurnal untuk referensi pembuatan Jurnal PKM
	Mencari bahan untuk materi pelatihan
6-Jun-23	Membuat materi
7-Jun-23	Rapat Koordinasi Tim PKM
8-Jun-23	Persiapan Perlengkapan Pelatihan
8-Jun-23	Membuat Flyer, spanduk dll
10-Jun-23	Kegiatan Pelatihan
13-Jun-23	Koreksi Pre-test dan post test
14-Jun-23	Membuat Berita untuk di publikasikan di website FTI
15-Jun-23	Membuat website
16-Jun-23	Membuat Artikel jurnal
17-Jun-23	Membuat HKI
4-Jul-23	Melengkapi Lampiran-lampiran
5-Jul-23	Membuat Laporan
6-Jul-23	Membuat Laporan

Lampiran 8. Daftar Hadir Pelaksanaan Kegiatan

UNIVERSITAS BUDI LUHUR

DAFTAR HADIR

Halaman _1_ dari _1

Kegiatan : PKM Paguyuban UMKM Pasar Gintung Ciputat Tangerang Selatan Melalui "Pemasaran dan Penjualan Produk *Online* Berbasis Web yang Terintegrasi dengan Media Sosial *Online Market*"

Hari/Tanggal : Sabtu, 10 Juni 2023

Tempat : 09.00 WIB - selesai
: UMKM Pasar Gintung Lt.1
Jl. Ir. H. Juanda 3A - Ciputat Timur, Tangerang Selatan

Nomor	Nama	Keterangan	Tandatangan
1.	Agnes Aryasanti, M.Kom.	Ketua	
2.	Abdul Muis Sobri, S.Ag., M.Kom.	Anggota	
3.	Mulyati, M.I.Kom.	Anggota	
4.	Sinta Raya Lestari (NIM : 2012500449)	Mahasiswa	

UNIVERSITAS BUDI LUHUR

DAFTAR HADIR PESERTA

Halaman _1_ dari _1-2_

Kegiatan : PKM Paguyuban UMKM Pasar Gintung Ciputat Tangerang Selatan Melalui "Pemasaran dan Penjualan Produk *Online* Berbasis Web yang Terintegrasi dengan Media Sosial *Online Market*"

Hari/Tanggal : Sabtu, 10 Juni 2023

Tempat : 09.00 WIB - selesai
: UMKM Pasar Gintung Lt.1
Jl. Ir. H. Juanda 3A - Ciputat Timur, Tangerang Selatan

(Nama UMKM)

Nomor	Nama	~~Keterangan~~	Tandatangan
1. ✓	Mei Yanti Nainggolan, A.Md, SE. M.M. Sdm	Kopi Bersempat	
2. ✓	Nistapa ningtyas	Beer Pletok.	
3. ✓	Achyani Dini	The mack Shop	
4. ✓	Indiana Ayuningtyas	Beer Pettok	
5. ✓	Agustina Prajawati	Ayeskiya	
6. ✓	Dian Nurwati Reimaeisa	Najwa shop.	
7. ✓	Agus Tarman	Penitol nyai	
8. ✓	Dra. Hj. Nurbaity		
9. ✓	Dea Octaviany	Idey cooking	
10. ✓	Rohayati	Ayra Collection	
11. ✓	Azwardi Ujang	[illegible]	
12. ✓	Suana Meta Saptiningsih	Manda Ceu Milan	
13. ✓	Agi Sugiati	DEPUR MAZA	
14. ✓	Flora Josephine	STAFF UMKM PG	
15. ✓	Wuryati	Manisan kolang"	
16. ✓	Mularia	ABK Umum	
17. ✓	Eli Purwanti	EJS CRAFT	
18. ✓	Ronaldo/Jitek	High Volume	
19. ✓	Lisa Alvianne	[illegible]	
20. ✓	Susanti Handayani	Mantul Estetik	

(Nama UMKM)

Nomor		Nama	Keterangan	Tandatangan
21.	✓	Dienda Karimah		
22.	✓	~~Setia Ningsih~~ SUPYARINI	Rini Handycraft	
23.	✓	Irawati	Bunga Corner	
24.	✓	H. Moelhadi		
25.	✓	Lestari Mulyaningsih		
26.	✓	Inda Maulida	Kartang Mustofa	
27.	✓	Roheti	Zahhab Healthy Drink	
28.	✓	Leonardo Latumahina	KIOS 12 CRAFT	Leo
29.	✓	Christien Noviati	KIOS 18	
30.	✓	Aryati	Sang Juara	
31.	✓	~~Yusuf Badri G Agung~~ SRI WAHYUNI		
32.	✓	Sabrina		
33.	✓	JEFFRY APRIANTO	Telur asin Mantul	
34.	✓	WILDHA DAMAYANTI	Dapur KULO	
35.	✓	YULI KRISTIANI	Pinigi	
36.	✓	Syarifudin	Asoppsi Banten	
37.		Nasrohim	Pasar Gintung	
38.		Shery	Taman Baca	
39.				
40.				

Lampiran 9. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan

1. Foto Dokumentasi

2. Soal Pre Test

UNIVERSITAS BUDI LUHUR

PRE-TEST KEGIATAN PKM MELALUI PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK ONLINE BERBASIS WEB YANG TERINTEGRASI DENGAN MEDIA SOSIAL DAN ONLINE MARKET.

Pelaksanaan
Hari/Tanggal : Sabtu / 10 Juni 2023 3 = 38
Instruksi:
- Lingkari jawaban yang benar pada lembar ini!

1. Media sosial yang dapat digunakan untuk promosi produk, **KECUALI**:....
   a. Instagram
   b. Facebook
   c. Tiktok
   d. Gmail

2. Perbedaan instagram bisnis dengan instagram pribadi adalah adanya fitur:....
   a. Edit profil
   b. Bagikan profil
   c. Dasbor profesional
   d. Instastory

3. Salah satu cara melakukan optimasi profil pada instagram adalah:...
   a. Menambahkan link *online market* pada bio
   b. Foto profil yang misterius
   c. Membuat *usemame* menggunakan gabungan angka dan huruf
   d. Menambahkan foto produk di feed

4. Fitur pada instagram yang digunakan untuk memposting foto atau video bertahan hanya 24 jam di instagram adalah:
   a. Feed
   b. Instagram story
   c. Reels
   d. IGTV

5. Beberapa Teknik dasar foto produk yang menarik untuk jualan online, **KECUALI**:
   a. Lighting
   b. Angle
   c. Komposisi
   d. Laptop

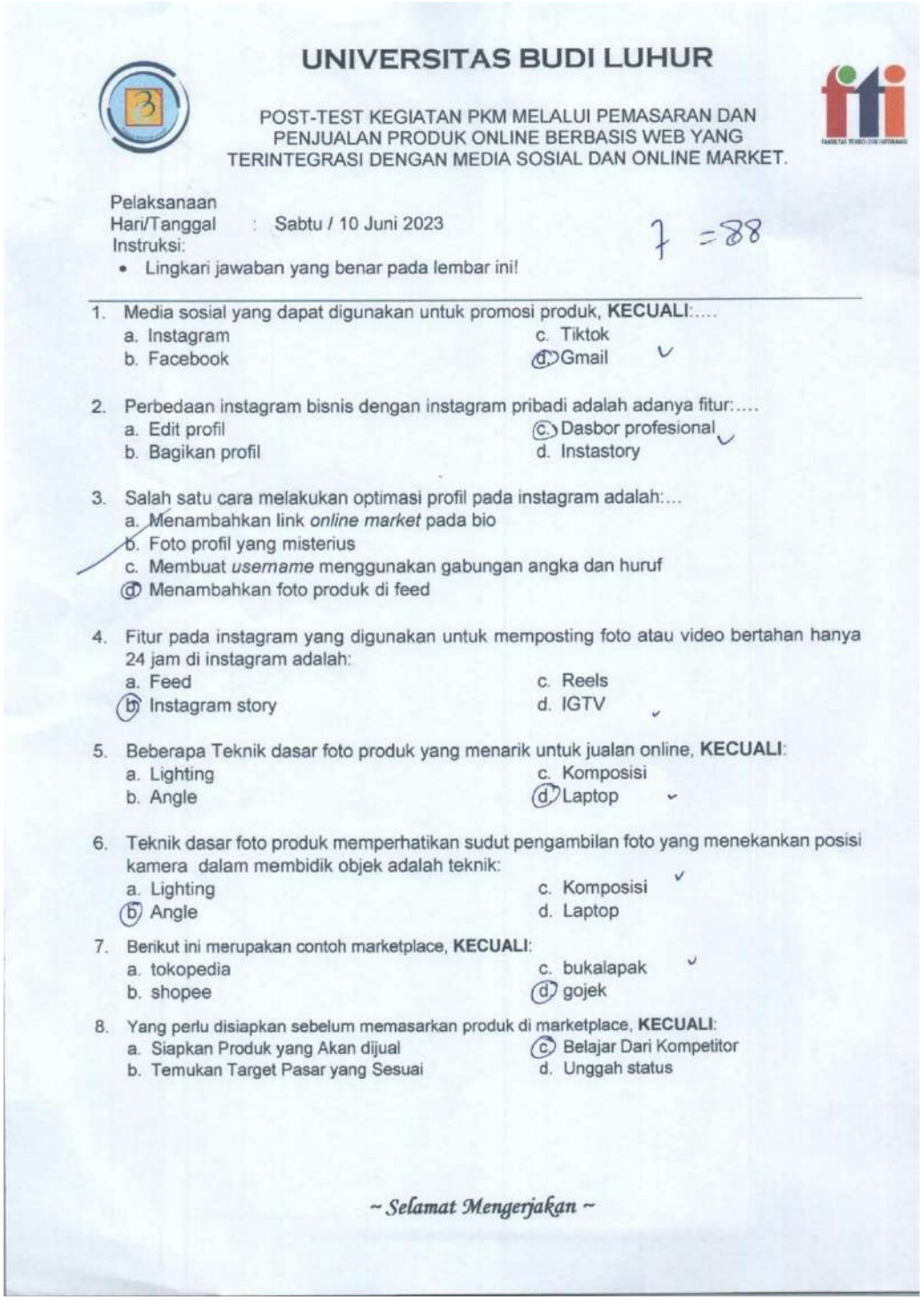
6. Teknik dasar foto produk memperhatikan sudut pengambilan foto yang menekankan posisi kamera dalam membidik objek adalah teknik:
   a. Lighting
   b. Angle
   c. Komposisi
   d. Laptop

7. Berikut ini merupakan contoh marketplace, **KECUALI**:
   a. tokopedia
   b. shopee
   c. bukalapak
   d. gojek

8. Yang perlu disiapkan sebelum memasarkan produk di marketplace, **KECUALI**:
   a. Siapkan Produk yang Akan dijual
   b. Temukan Target Pasar yang Sesuai
   c. Belajar Dari Kompetitor
   d. Unggah status

~ Selamat Mengerjakan ~

3. Soal Post-Test



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

POST-TEST KEGIATAN PKM MELALUI PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK ONLINE BERBASIS WEB YANG TERINTEGRASI DENGAN MEDIA SOSIAL DAN ONLINE MARKET.

Pelaksanaan
Hari/Tanggal : Sabtu / 10 Juni 2023
Instruksi:
- Lingkari jawaban yang benar pada lembar ini!

7 = 88

1. Media sosial yang dapat digunakan untuk promosi produk, **KECUALI**:....
   a. Instagram
   b. Facebook
   c. Tiktok
   d. Gmail ✓

2. Perbedaan instagram bisnis dengan instagram pribadi adalah adanya fitur:....
   a. Edit profil
   b. Bagikan profil
   c. Dasbor profesional ✓
   d. Instastory

3. Salah satu cara melakukan optimasi profil pada instagram adalah:...
   a. Menambahkan link *online market* pada bio
   b. Foto profil yang misterius
   c. Membuat *username* menggunakan gabungan angka dan huruf
   d. Menambahkan foto produk di feed

4. Fitur pada instagram yang digunakan untuk memposting foto atau video bertahan hanya 24 jam di instagram adalah:
   a. Feed
   b. Instagram story
   c. Reels
   d. IGTV ✓

5. Beberapa Teknik dasar foto produk yang menarik untuk jualan online, **KECUALI**:
   a. Lighting
   b. Angle
   c. Komposisi
   d. Laptop ✓

6. Teknik dasar foto produk memperhatikan sudut pengambilan foto yang menekankan posisi kamera dalam membidik objek adalah teknik:
   a. Lighting
   b. Angle
   c. Komposisi ✓
   d. Laptop

7. Berikut ini merupakan contoh marketplace, **KECUALI**:
   a. tokopedia
   b. shopee
   c. bukalapak ✓
   d. gojek

8. Yang perlu disiapkan sebelum memasarkan produk di marketplace, **KECUALI**:
   a. Siapkan Produk yang Akan dijual
   b. Temukan Target Pasar yang Sesuai
   c. Belajar Dari Kompetitor
   d. Unggah status

~ Selamat Mengerjakan ~

4. Kuisioner

Lembar Kuisioner Pengabdian Kepada Masyarakat

UNIVERSITAS BUDI LUHUR JAKARTA

Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260
Telp. : (021) 5853753 (Hunting), Fax : (021) 5853752

Keterangan pilihan jawaban dengan mencantumkan tanda √:

- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju
- R : Ragu
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Silahkan mengisi kuisioner di bawah ini :

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		S	SS	R	TS	STS
1.	Pelatihan pemasaran dan penjualan produk *online* berbasis web yang terintegrasi dengan media sosial dan *online market* ini bermanfaat		√			
2.	Materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta	√				
3.	Materi yang diberikan oleh narasumber pelatihan cukup jelas	√				
4.	Penyajian materi mudah dimengerti	√				
5.	Pelatihan dapat meningkatkan produktivitas UMKM					
6.	Materi pelatihan yang didapat, belum pernah saya ketahui sebelumnya	√				
7.	Fasilitas pelatihan (projektor, layar, kamera, lampu kamera, tempat, snack, makan siang, dll) sudah sesuai kelayakan		√			
8.	Tempat pelaksanaan pelatihan mudah diakses	√				
9.	Waktu pelaksanaan pelatihan tidak mengganggu aktifitas sehari-hari peserta	√				
10.	Peserta dapat memahami materi dengan jelas dalam durasi waktu yang diberikan	√				

Berikan kritik dan saran anda mengenai keseluruhan acara pelatihan :

Lebih utamakan penyampaian praktek

Terima kasih atas partisipasi anda

Usia : 43

Jenis Kelamin : Laki

Nama UMKM : Pikulan Betawi

Lampiran 10. Artikel Ilmiah (draft, status submission, dll)

Pelatihan Pemasaran dan Penjualan Produk Paguyuban UMKM Pasar Gintung Ciputat, Tangerang Selatan berbasis Media Sosial dan Online Market

Agnes Aryasanti[1], Abdul Muis Sobri[2], Mulyati[3]
[1,2]Fakultas Teknologi Informasi, [3]Fakultas Komunikasi dan Disain Kreatif
Universitas Budi Luhur
E-mail: [1]agnes.aryasanti@budiluhur.ac.id, [2]abdul.muis@budiluhur.ac.id, [3]mulyati@budiluhur.ac.id

Abstract*—The Pasar Gintung UMKM Association is a group of UMKM whose products are mostly marketed using traditional methods, such as by displaying them at Gintung Market stalls, participating in bazaar events, and word-of-mouth marketing. Although there are some members who use social media to help with marketing, the use of social media for marketing and sales has not been optimal. Maximizing the use of social media is needed by members of the association to grow marketing and sales, so training is needed. Training on maximizing the use of Social Media for marketing and sales has increased their ability to utilize social media. This is evidenced by the increase in the average score of the test results given before and after training. The pre-test results obtained an average value of 65.3, and the average results after the training increased to an average of 87.7. Currently, members of the association can use social media properly to increase marketing and sales of UMKM products, thereby increasing members' income, and the products of UMKM members are available on websites that are integrated with social media and online markets.*

Keywords*: social media, online market, Pasar Gintung UMKM*

Abstrak—Paguyuban UMKM Pasar Gintung merupakan kelompok UMKM yang produk-produk anggotanya sebagian besar masih dipasarkan menggunakan cara tradisional, dengan memajang produk UMKM di kios-kios Pasar Gintung, mengikuti event-event bazar yang diadakan di tempat lain dan pemasaran dari mulut ke mulut. Meskipun ada beberapa anggota yang menggunakan media sosial untuk membantu pemasaran, namun penggunaan media sosial untuk pemasaran dan penjualan belum digunakan secara maksimal. Memaksimalkan penggunaan media sosial sangat dibutuhkan oleh anggota paguyuban untuk memaksimalkan pemasaran dan penjualan produk-produk UMKM, sehingga perlu diadakan pelatihan. Pelatihan memaksimalkan penggunaan Media Sosial untuk pemasaran dan penjualan telah meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan media sosial. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan rata-rata skor hasil test yang diberikan sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil pre-test diperoleh nilai rata-rata 65,3 dan hasil post-test setelah pelatihan meningkat menjadi rata-rata 87,7 Saat ini anggota paguyuban dapat menggunakan media sosial secara baik untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk-produk UMKM sehingga meningkatkan pendapatan anggota UMKM, dan produk-produk anggota UMKM tersedia dalam website yang terintegrasi dengan media sosial dan online market.

Kata kunci*: media sosial, online market, UMKM Pasar Gintung*

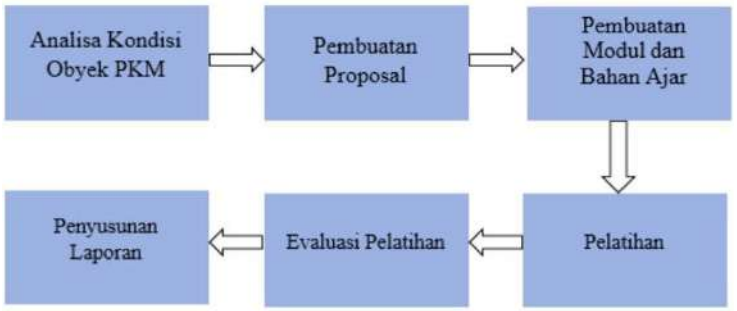
PENDAHULUAN

Upaya pemerintah dalam peningkatan ekonomi masyarakat salah satunya adalah dengan mengembangkan ekonomi kreatif melalui sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM pada umumnya memiliki keterbatasan-keterbatasan antara lain sumber pendanaan, manajerial, dan pelanggan[1]. Agar UMKM mampu

bersaing di tengah perusahaan-perusahaan besar, maka UKM harus terus melakukan upaya-upaya peningkatan baik peningkatan pada proses produksi, kualitas produk, pemasaran, penjualan, pelayanan dan inovasi[2]. UMKM yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Pasar Gintung di awal pembentukannya tahun 2021 terdiri dari atas 40 anggota, seiring adanya pandemi covid, saat ini tersisa 30 anggota. Produk-produk yang dimiliki anggota paguyuban antara lain makanan, minuman, kerajinan, pakaian, dan elektronik. Paguyuban UMKM Pasar Gintung yang diketuaioleh Ibu Mei Yanti Nainggolan ini dalam menjual produknya menggunakan cara tradisional. Mereka memajang produk UMKM di kios-kios Pasar Gintung yang telah dibangun kembali oleh Pemerintah Kota Tangerang Selatan pada tahun 2021. Pemasaran produk-produk anggota paguyuban juga masih menggunakan cara tradisional, pemasaran dari mulut ke mulut, mengikuti event-event bazar yang diadakan di tempat lain. Beberapa anggota paguyuban juga ada yang menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, ada yang menggunakan instagram, ada pula yang menggunakan tiktok, meski belum maksimal. Platform media sosial lebih banyak digunakan oleh paguyuban untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan paguyuban dan informasi umum produk anggota UMKM. Transaksi pembayaran penjualan di Paguyuban UMKM Pasar Gintung tersentralisasi pada satu kasih yang dikelola pengurus paguyuban. Permasalahan yang ada saat ini, 1) Anggota dan pengurus paguyuban masih mengeluhkan pemasaran produk UMKM yang belum maksimal, pemasaran masih menggunakan cara tradisional. Penggunaan instagram dan tiktok yang digunakan oleh sebagian anggota paguyuban, belum bisa dimaksimalkan untuk memasarkan semua produk anggota UMKM, disebabkan keterbatasan kemampuan anggota untuk melakukan proses pemasaran menggunakan media sosial. 2) Penjualan produk masih dilakukan secara langsung di lokasi. Anggota UMKM memajang produknya di kios-kios yang disediakan di area Pasar Gintung. Meskipun ada 1 atau 2 anggota yang sudah mampu melakukan pemesanan/penjualan menggunakan platform whatsapp, namun proses ini belum terintegrasi secara menyeluruh untuk proses transaksi, dan belum menjangkau seluruh anggota UMKM. 3) Anggota UMKM yang sudah menggunakan media sosial, secara umum follower media sosialnya masih di bawah 200, sehingga jangkauan pemasarannya produknya masih terbatas. Paguyuban UMKM Pasar Gintung terbatas dalam hal sumber pendanaan dan tenaga ahli yang profesional di bidangnya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, sehingga diperlukan program kemitraan masyarakat bersama dosen pengusul dari univesitas tempat pengusul untuk menyelesaikan permasalahan pada mitra. Program kemitraan masyarakat ini memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut: 1) Membangun website sebagai portal Paguyuban UMKM Pasar Gintung yang digunakan untuk pemasaran dan penjualan produk yang terintegrasi dengan media sosial dan online shop, sehingga semua produk UMKM dapat dipromosikan, dipasarkan dan dijual secara online, serta melakukan edukasi bagi anggota bagaimana memaksimalkan promosi dan pemasaran produk menggunakan website serta media sosial. 2) Pelatihan pemanfaatan online shop kepada anggota paguyuban agar lebih memperluas jangkauan pemasaran dan penjualan produknya. 3) Edukasi untuk anggota paguyuban bagaimana meningkatkan follower/ subscriber media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan keseluruhan program ini membutuhkan waktu sekitar 2 bulan. Tahap pelaksanaan kegiatan ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1

1. Analisa Kondisi Obyek PKM

Tim pelaksana melakukan survey ke mitra Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Budiluhur yaitu Paguyuban UMKM Pasar yang menjadi target pelaksanaan program. Diawali dengan wawancara terhadap pengurus paguyuban UMKM sebagai mitra terkait permasalahan yang dihadapi dan mengidentifikasi kebutuhan maupun

target yang akan diikutsertakan dalam pelatihan untuk meningkatkan skill dan pengetahuan. Selanjutnya melakukan studi pustaka terkait teori-teori di buku maupun paper sebagai acuan dalam memberikan solusi terhadap permasalahan mitra PKM.

2. Pembuatan Proposal

Langkah selanjutnya tim pelaksana membuat proposal sebaai acuan pelaksanaan program pengabdian kepada Masyarakat yang digunakan sebagai dokumentasi dan syarat pengajuan kegiatan PKM kepada perguruan tinggi, yaitu Universitas Budiluhur Jakarta [9].

3. Pembuatan Modul dan Bahan Ajar

Setelah pembicaraan lanjutan dengan mitra terkait materi yang dibutuhkan, tim pelaksana selanjutnya membuat modul dan bahan ajar. Materi pelatihan yang diberikan adalah pelatihan promosi dan penjualan produk UMKM memanfatkan media sosial dan online shop dan target pesertanya adalah anggota paguyuban UMKM Pasar Gintung.

4. Pelatihan

Kegiatan pelatihan ini dirancang agar peserta menggunakan media sosial dan online shop dengan tepat, untuk memasarkan dan menjual produk UMKM mereka, meningkatkan follower dan views media sosial yang pada akhirnya akan meningkatkan hasil penjualan produk untuk menambah penghasilan anggota. Metode kegiatan pelatihan ini didasarkan pada pendekatan proses pembelajaran teoritis dan pembelajaran praktek. Perbandingan antara pembelajaran teori dengan pembelajaran praktek berkisar dengan perbandingan sekitar 1 : 1.5. Pembelajaran teori diberikan masing-masing materi adalah 75 menit, sedangkan pembelajaran praktek diberikan masing-masing materi sekitar 135 menit. Metode pelatihan dalam penyampaian teori, meliputi: ceramah, tanya jawab dan diskusi [10], sedangkan praktikum terdiri dari metode tanya jawab serta tugas/latihan.

5. EvaluasiPelatihan

Sebelum pelatihan dimulai, instruktur memberikan soal Pre-test untuk mengukur sejauh mana kesiapan terhadap materi yang akan diajarkan[11], pengetahuan dan kemampuan dari peserta pelatihan. Setelah pelatihan selesai dilaksanakan, peserta diberikan soal posttest dan kuisioner. Hasil perbandingan nilai pre-test dan post Test menjadi bahan evaluasi apakah ada peningkatan kemampuan yang dimiliki peserta setelah mengikuti pelatihan. Sedangkan hasil dari kuisioner menjadi bahan evaluasi tanggapan peserta terhadap pelatihan yang diberikan dengan rumus:

$$\%\,\boldsymbol{Skor\ Aktual} = \frac{\boldsymbol{Skor\ Aktual}}{\boldsymbol{Skor\ Ideal}} \times \mathbf{100\%}$$

6. Penyusunan Laporan

Tahap akhir kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pembuatan laporan setelah kegiatan dan evaluasi pelatihan selesai dilaksanakan sebagai syarat administratif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan rangkaian kegiatan edukasi/pelatihan promosi dan penjualan produk UMKM memanfaatka media sosial dan online shop berjalan lancar. Kegiatan ini diselenggarakan pada pada Sabtu, 10 Juni 2023 di Pasar Gintung, Ciputat Timur, Tangerang Selatan. Peserta yang hadir sebanyak 35 peserta yang sebagian besar merupakan anggota UMKM Pasar Gintung. Kegiatan pelatihan dibagi beberapa sesi, yaitu:

a. Sesi 1, Pembukaan dan Sambutan

Kegiatan dibuka oleh Ketua paguyupan UMKM, selanjutnya doa bersama dipimpin oleh peserta. Kemudian sambutan dari perwakilan tim pelaksana dan sambutan dari perwakilan Paguyupan UMKM.

b. Sesi 2, Pemberian soal PreTest

Asisten pelaksana membagikan soal Pre test kepada peserta. Soal ini diberikan untuk dapat mengukur sejauh mana peserta mengetahui tentang materi yang akan diberikan.

c. Sesi 3, Penyampaian Materi 1.

Instruktur menyampaikan materi pemasaran produk di media sosial dengan menekankan pentingnya memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM. Memaksimalkan Media sosial sebagai

jalur pemasaran produk yang tidak terbatas wilayah, tips dan trik pemasaran yang jitu menggunakan berbagai platform media sosial, terutama penggunaan instagram bisnis yang memang difokuskan untuk pemasaran produk. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktekkan langsung. Kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 5.1.

d. Sesi 4, Penyampaian Materi 2.

Intruktur menyampaikan materi tips dan trik mengambil foto produk yang bagus dan menarik baik menggunakan kamera smartphone maupun kamera profesional, termasuk penggunaan peralatan tambahan lain yang dibutuhkan untuk memaksimalkan hasil pemotretan. Gambar 5.2 menampilkan dokumentasi penyampaian materi foto produk, peserta juga diberikan kesempatan untuk praktek langsung menggunakan *smartphone* masing-masing.

e. Sesi 4, Istirahat dan Makan siang

Penyampaian materi 2 selesai pada pukul 12:00, selanjutnya peserta dan tim pelaksana istirahat dan makan siang bersama.

f. Sesi 5, Penyampaian Materi 3

Materi yang disampaikan pada sesi ini adalah membuat akun di beberapa *marketplace* (Tokopedia, Shopee), upgrade akun penjual dan mengatur preferensi toko. Pada sesi ini, peserta diajak untuk mempraktekkan langsung di setiap proses pembuatan akun, upgrade akun hingga toko siap digunakan untuk menjual produk. Kegiatan ini ditunjukkan oleh Gambar 5.3.

g. Sesi 6, Pemberian Soal post test dan Kuisioner

Sesi berikutnya setelah semua materi diberikan instruktur, tim pelaksana memberikan soal post-test kepada peserta. Pertanyaan yang diberikan sama dengan pertanyaan pada soal pre-test, hal ini dilakukan supaya dapat membandingkan hasil test sebelum pelatihan dan setelah pelatihan. Waktu yang diberikan 30 menit untuk mengerjakan soal post-test. Setelah soal post-test selesai dikerjakan, peserta diminta untuk mengisi kuisoner yang digunakan untuk mengukur kepuasan peserta terhadap pelatihan yang telah diberikan oleh tim pelaksana.

Gambar 2. Penyampaian Materi Pemasaran Produk di Media Sosial

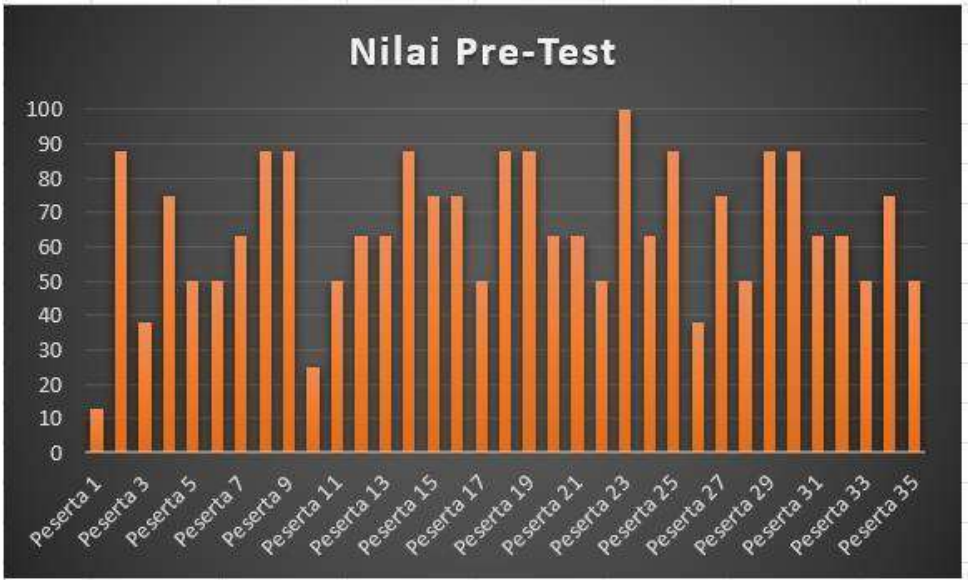
Gambar 3. Penyampaian Materi Foto Produk

Gambar 4. Penyampaian Materi online shop

2. Hasil Evaluasi

a. Hasil Pre-Test

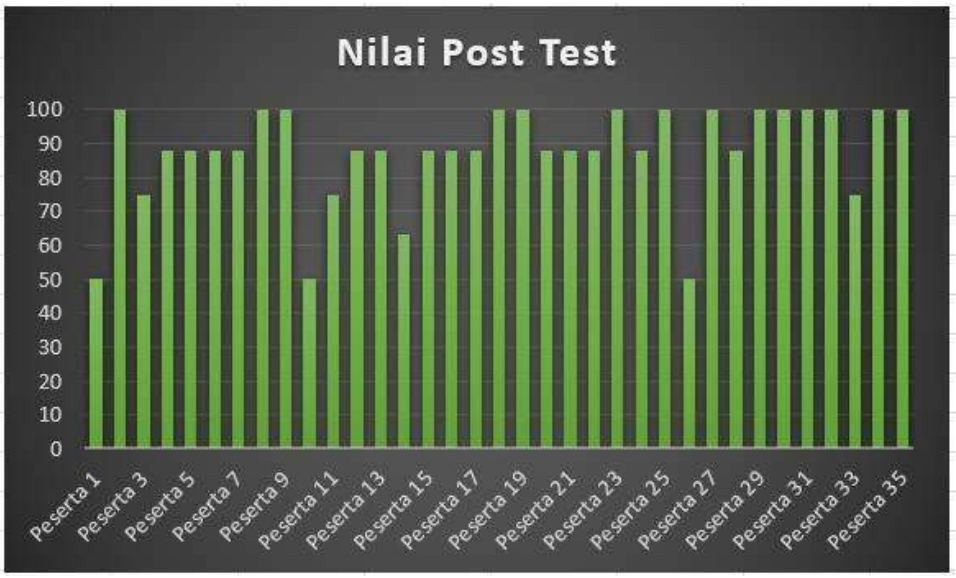
Soal Pre-Test diberikan sebelum pelatihan dimulai, hasil yang didapatkan terdapat satu peserta yang mendapatkan nilai 100 dari range 0 sampai 100, dan satu peserta mendapatkan nilai 13. Rata-rata nilai peserta sebesar 65,3. Hal ini menggambarkan bahwa peserta sudah mengetahui materi yang akan diberikan tetapi belum memahami lebih dalam. Gambar 5 menunjukkan hasil nilai pre-test peserta.



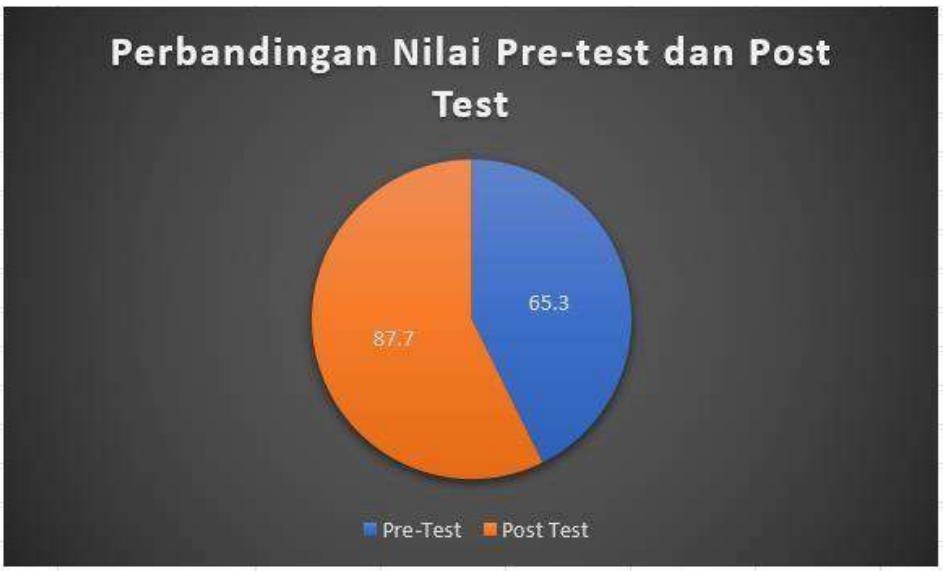
Gambar 5. Grafik Hasil Pre-test

b. Hasil Post-Test

Hasil *post test* dapat dilihat pada Gambar 6, ada peningkatan nilai dari peserta setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Lebih dari satu peserta yang mendapatkan nilai terbesar, 100 dan nilai terkecil 50. Nilai rata-rata post test sebesar 87,7, hal ini menjelaskan bahwa ada peningkatan pengetahuan peserta setelah dilakukan pelatihan. Dimana sebelumnya nilai rata-rata pre-test sebesar 65,3 terdapat peningkatan nilai rata-rata 22,4. Perbandingan nilai rata-rata pre-test dan post test ditunjukkan oleh Gambar 7.



Gambar 6. Grafik Hasil Post Test



Gambar 7. Perbandingan Nilai Pre-test dan Post Test

Berdasarkan perbandingan nilai pre-test dengan nilai post-test, dapat diketahui kemajuan pengetahuan peserta mengenai pemanfaatan sosial media dan online shoop untuk promosi dan penjualan produk-produk UMKM. Setelah pelaksanaan pelatihan, nampak peningkatan pengetahuan peserta secara signifikan. Terlihat bahwa peserta telah memperoleh tambahan pengetahuan yang cukup memadai perihal pemanfaatan sosial media dan online shoop untuk promosi dan penjualan produk-produk UMKM.

c. Hasil Kuesioner

Hasil Kuisioner ditunjukkan oleh Tabel 1, terdapat 35 peserta yang mengisi kuisioner.

Tabel 1 Hasil Kuisioner

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total Responden
1	Pelatihan pemasaran dan penjualan produk online berbasis web yang terintegrasi dengan media sosial dan online market ini bermanfaat	19	16				35
2	Pelatihan yang diperoleh meningkatkan ketrampilan dan produktifitas Bapak/Ibu dalam pekerjaan	18	17				35
3	Materi yang diberikan oleh narasumber pelatihan cukup jelas	15	18	2			35
4	Penyajian materi mudah dimengerti	11	22	2			35
5	Pelatihan dapat meningkatkan produktivitas UMKM	20	14	1			35
6	Materi pelatihan yang didapat, belum pernah saya ketahui sebelumnya		22	11	1	1	35
7	Fasilitas pelatihan (projektor, layar, kamera, lampu kamera, tempat, snack, makan siang, dll) sudah sesuai kelayakan	18	15	2			35
8	Tempat pelaksanaan pelatihan mudah diakses	18	15	2			35
9	Waktu pelaksanaan pelatihan tidak mengganggu aktifitas sehari-hari peserta	20	10	3	2		35
10	Peserta dapat memahami materi dengan jelas dalam durasi waktu yang diberikan	11	24				35

Keterangan: SS= Sangat Setuju, S = Setuju, KS= Kurang Setuju, TS= Tidak Setuju, STS= Sanat Tidak Setuju

Hasil dari kuisioner kemudian dihitung dengan rumus[4] :

$$\%\text{Skor Total} = \frac{Skor\ Aktual}{Skor\ Ideal}$$

Skor Aktual= Jumlah Skor jawaban responden

Skor Ideal= Jumlah skor maksimum (Jumlah responden x Jumlah pertanyaan)

Perhitungan Nilai skor kuisioner peserta pelatihan ditunjukkan oleh Tabel 2.

Tabel 4. Perhitungan Nilai Skor Kuisioner Peserta Pelatihan

No. P	SS	S	KS	TS	STS	Pembobotan					Skor Aktual	Presentase Skor Aktual
						SS x 5	S x 4	KS x 3	SS x 2	SS x 1		(Skor Aktual/skor Ideal)*100%
P1	19	16	0	0	0	95	64	0	0	0	159	91%
P2	18	17	0	0	0	90	68	0	0	0	158	90%
P3	15	18	2	0	0	75	72	6	0	0	153	87%
P4	11	22	2	0	0	55	88	6	0	0	149	85%
P5	20	14	1	0	0	100	56	3	0	0	159	91%
P6	0	22	11	1	1	0	88	33	2	1	124	71%
P7	18	15	2	0	0	90	60	6	0	0	156	89%
P8	18	15	2	0	0	90	60	6	0	0	156	89%
P9	20	10	3	2	0	100	40	9	4	0	153	87%
P10	11	24	0	0	0	55	96	0	0	0	151	86%
Rata-rata Presentase Skor Aktual												86.74%

Keterangan: No.P =Nomor Pertanyaan, P1= Pertanyaan 1, P2=Pertanyaan 2, dst

Tabel 5.3 menunjukkan kriteria penilaian pada seluruh variabel (Pranita et al., 2022).

Tabel 5. 5. Kriteria Penilaian

No	Presentase	Kriteria
1	20.00-36.00	Sangat Rendah/Buruk
2	36.01-52.00	Rendah/Buruk
3	52.01-68.00	Kurang
4	68.01-84.00	Tinggi/Baik
5	84.01-100.00	Sangat Tinggi/ Baik

Berdasarkan hasil perhitungan kriteria penilaian pada tabel 5.2, didapatkan nilai rata-rata skor aktual sebesar 86.74%, artinya berada pada kriteria sangat tinggi/baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut: peserta mampu memanfaatkan fitur-fitur media sosial, termasuk untuk promosi produk dan memaksimalkan fitur pada media sosial untuk meningkatkan follower; peserta telah memiliki akun di salah satu market place yaitu Tokopedia.com dan memaksimalkan untuk penjualan produk. Berdasarkan nilai Pre test dan Post test terdapat peningkatan nilai peserta di nilai post test dibandingkan dengan nilai prestest. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan pengetahuan peserta setelah mendapatkan pelatihan. Hal ini dapat dilihat nilai rata-rata peserta sebelum pelatihan sebesar 65.3 dari range 0 sampai 100 dan setelah pelatihan sebesar 87,7. Sehingga nilai rata-rata nilai naik 22,4.

DAFTAR PUSTAKA

[1] M. Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: PT Rajawali Pers, 2010.

[2] A. Hanif and I. A. Manarvi, "*Influence of Quality, Innovation and New Product/Services Design on Small and Medium Enterprises*," in Proceeding of the World Congress on Engineering , 2009.

[3] A. Yuliani, "Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online," *https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media, Nov. 17, 2017*.

[4] D. Pranita, E. T. Sule, D. Kartini, and U. Kultum, *Co-Creation Model for Competitive Marine TourismDestination / Model Kreasi Bersama Pada Destinasi Wisata Bahari*, 1st ed. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.

Lampiran 11. Publikasi di Media Masa Cetak/Elektronik
Dapat diakses di https://fti.budiluhur.ac.id/2023/06/pkm-paguyuban-umkm-pasar-gintung-ciputat-timur-tangerang-selatan-melalui-pemasaran-dan-penjualan-produk-online-berbasis-web-yang-terintegrasi-dengan-media-sosial-dan-online-market/

7/4/23, 11:18 AM PKM Paguyuban UMKM Pasar Gintung, Ciputat Timur, Tangerang Selatan Melalui Pemasaran dan Penjualan Produk Online Ber...

Pendaftaran Website Utama

UNIVERSITAS BUDI LUHUR | fti

Profil Fakultas | Program Studi | Download | Riset | Kegiatan Rutin | Pengumuman

Home » Berita Terkini, Kegiatan, Pengumuman, Riset dan PPM

15 Jun 2023

PKM Paguyuban UMKM Pasar Gintung, Ciputat Timur, Tangerang Selatan Melalui Pemasaran dan Penjualan Produk Online Berbasis Web Yang Terintegrasi Dengan Media Sosial dan Online Market

by Indah Puspasari

Salam Budi Luhur!!

Tangerang Selatan – Kelompok Pengabdian Kepada Masyarakat dari Universitas Budi Luhur pada Sabtu, 10 Juni 2023 mengadakan kegiatan pelatihan pemasaran melalui media sosial dan penjualan menggunakan *online market* di Pasar Gintung, Ciputat Timur, Tangerang Selatan. Kegiatan ini diikuti oleh 35 peserta yang sebagian besar anggota UMKM Pasar Gintung, 3 Dosen Universitas Budi Luhur dan 1 mahasiswi FTI Univeritas Budi Luhur. Kegiatan yang dipandu pembawa acara dosen Universitas Budi Luhur, Mulyati, M.I.Kom ini dimulai pada pukul 09.00 WIB, diawali dengan pembacaan doa oleh salah satu peserta, dilanjutkan dengan sambutan oleh Ketua Paguyuban UMKM, Mei Yanti Nainggolan, A.Md, SE.MM. Sdm sekaligus membuka acara. Ketua paguyuban UMKM dalam sambutannya menekankan pentingnya hubungan kemitraan antara perguruan tinggi dengan UMKM, dan menyampaikan terima kasih atas pemilihan paguyuban UMKM Pasar Gintung sebagai mitra pengabdian masyarakat Universitas Budi Luhur Jakarta.

Sambutan berikutnya disampaikan oleh perwakilan dosen PKM Universitas Budi Luhur. Dalam sambutannya, perwakilan dosen menyampaikan terima kasih atas penerimaan pelaksanaan pengabdian masyarakat di UKM Pasar Gintung, dan juga memaparkan model-model pengabdian masyarakat di perguruan tinggi yang bisa bersinergi dengan kegiatan UMKM. Materi pelatihan pertama membahas pemasaran produk di media sosial

Link Penting

Univ. Budi Luhur
Web Student
BAAK
D3 Unggulan
Teknik Informatika

Media Sosial

Tweet dari @fti_budiluhur

Belum ada Tweet

Arsip Pos

« Mei Jul »

https://fti.budiluhur.ac.id/2023/06/pkm-paguyuban-umkm-pasar-gintung-ciputat-timur-tangerang-selatan-melalui-pemasaran-dan-penjualan-produk-onli... 1/3

Lampiran 12. HKI

I

Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di
Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

I. Pencipta :

1. Nama	:	Agnes Aryasanti
2. Kewarganegaraan	:	Indonesia
3. Alamat	:	Kp. Dukuh Rt. 001/Rw.007 Sudimara Selatan Ciledug
4. Telepon	:	-
5. No. HP & E-mail	:	0859-4576-6802 & agnes.aryasanti@budiluhur.ac.id

Pencipta :

1. Nama	:	Abdul Muis Sobri, S.Ag, M.Kom
2. Kewarganegaraan	:	Indonesia
3. Alamat	:	Komplek Peruri Blok E26, Kel. Pisangan, Kec. Ciputat Timur, Tangerang Selatan
4. Telepon	:	0816-1440-557
5. No. HP & E-mail	:	0816-1440-557 & abdul.muis@budiluhur.ac.id

Pencipta :

1. Nama	:	Mulyati, M.I.Kom
2. Kewarganegaraan	:	Indonesia
3. Alamat	:	Puri Bintaro Hijau, Blok E7/7, RT.03 RW.12 Kel. Pondok Aren Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan
4. Telepon	:	-
5. No. HP & E-mail	:	0813-1626-5834 & mulyati@budiluhur.ac.id

II. Pemegang Hak Cipta :

1.Nama	:	DRPM Universitas Budi Luhur
2. Kewarganegaraan	:	-
3. Alamat	:	Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Pesanggrahan Jakarta, 12260
4. Telepon	:	021 - 5853753
5. No. HP & E-mail	:	hki@budiluhur.ac.id

III. Kuasa :

1. Nama : -
2. Kewarganegaraan : -
3. Alamat -
4. Telepon : -
5. No. HP & E-mail : -

IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Pelatihan Pemasaran dan Penjualan Produk Paguyuban UMKM Pasar Gintung Ciputat, Tangerang Selatan berbasis Media Sosial dan Online Market

V. Tanggal dan tempat di-umumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indo-nesia :

VI Uraian ciptaan :

Jakarta, 07 Juli 2023

Tanda Tangan :

Nama Lengkap : Agnes Aryasanti

II

SURAT PENGALIHAN HAK CIPTA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a	:	Agnes Aryasanti, S.Kom.,M.Kom
Alamat	:	Kp. Dukuh Rt. 001/Rw.007 Sudimara Selatan Ciledug
N a m a	:	Abdul Muis Sobri, S.Ag, M.Kom
Alamat	:	Komplek Peruri Blok E26, Kel. Pisangan, Kec. Ciputat Timur, Tangerang Selatan
N a m a	:	Mulyati, M.I.Kom
Alamat	:	Puri Bintaro Hijau, Blok E7/7, RT.03 RW.12 Kel. Pondok Aren, Kec.Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan

Adalah **Pihak I** selaku pencipta, dengan ini menyerahkan karya ciptaan saya kepada :

N a m a	:	DRPM Universitas Budi Luhur
Alamat	:	Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Pesanggrahan, Jakarta 1220

Adalah **Pihak II** selaku Pemegang Hak Cipta berupa Artikel Jurnal dengan judul "Pelatihan Pemasaran dan Penjualan Produk Paguyuban UMKM Pasar Gintung Ciputat, Tangerang Selatan berbasis Media Sosial dan Online Market" untuk didaftarkan di Direktorat Hak Cipta, Desain Industri, Desain Tata Letak dan Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia R.I.

Demikianlah surat pengalihan hak ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 07 Juli 2023

Pemegang Hak Cipta	Pencipta
(----------)	(Agnes Aryasanti)

III

SURAT PERNYATAAN

*Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a	:	Agnes Aryasanti
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Alamat	:	Kp. Dukuh Rt. 001/Rw.007 Sudimara Selatan Ciledug

N a m a	:	Abdul Muis Sobri, S.Ag, M.Kom
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Alamat	:	Komplek Peruri Blok E26, Kel. Pisangan, Kec. Ciputat Timur, Tangerang Selatan

N a m a	:	Mulyati, M.I.Kom
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Alamat	:	Puri Bintaro Hijau, Blok E7/7, RT.03 RW.12 Kel. Pondok Aren Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya Cipta yang saya mohonkan :

Berupa	:	Artikel Jurnal
Berjudul	:	Pelatihan Pemasaran dan Penjualan Produk Paguyuban UMKM Pasar Gintung Ciputat, Tangerang Selatan berbasis Media Sosial dan Online Market

- Tidak meniru dan tidak sama secara esensial dengan Karya Cipta milik pihak lain atau obyek kekayaan intelektual lainnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 68 ayat (2);
- Bukan merupakan Ekspresi Budaya Tradisional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38;
- Bukan merupakan Ciptaan yang tidak diketahui penciptanya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39;
- Bukan merupakan hasil karya yang tidak dilindungi Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 dan 42;
- Bukan merupakan Ciptaan seni lukis yang berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barang/jasa atau digunakan sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 dan;

- Bukan merupakan Ciptaan yang melanggar norma agama, norma susila, ketertiban umum, pertahanan dan keamanan negara atau melanggar peraturan perundang-undangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 74 ayat (1) huruf d Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

2. Sebagai pemohon mempunyai kewajiban untuk menyimpan asli contoh ciptaan yang dimohonkan dan harus memberikan apabila dibutuhkan untuk kepentingan penyelesaian sengketa perdata maupun pidana sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

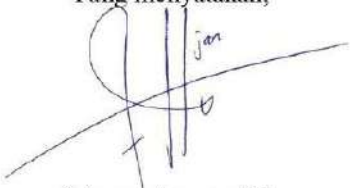
3. Karya Cipta yang saya mohonkan pada Angka 1 tersebut di atas tidak pernah dan tidak sedang dalam sengketa pidana dan/atau perdata di Pengadilan.

4. Dalam hal ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Angka 1 dan Angka 3 tersebut di atas saya / kami langgar, maka saya / kami bersedia secara sukarela bahwa :
   a. Permohonan karya cipta yang saya ajukan dianggap ditarik kembali;
      Karya Cipta yang telah terdaftar dalam Daftar Umum Ciptaan Direktorat Hak Cipta, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia R.I dihapuskan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
   b. Dalam hal kepemilikan Hak Cipta yang dimohonkan secara elektronik sedang dalam berperkara dan/atau sedang dalam gugatan di Pengadilan maka status kepemilikan surat pencatatan elektronik tersebut ditangguhkan menunggu putusan Pengadilan yang berkekuatan hukum tetap.

Demikian Surat pernyataan ini saya / kami buat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagimana mestinya.

Jakarta, 07 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Agnes Aryasanti)

Lampiran 13. Modul / Materi Pelatihan

PEMASARAN PRODUK DI MEDIA SOSIAL

INSTAGRAM

FACEBOOK

TIKTOK

Medsos untuk Jualan

Manfaat Media Sosial untuk Pemasaran

Menarik pelanggan baru
44% pelanggan yang menggunakan internet mencari sebuah produk atau brand lewat sosmed

Membangun loyalitas terhadap produk
Konsumen sudah menilai sikap dan komitmen produk terhadap lingkungan, cara produksi, dan interaksi dengan pelanggan

Mendorong prospek dan penjualan
Sosmed terbukti mampu mendorong banyaknya permintaan dari konsumen

Pemasaran Produk di Medsos

1 – Perlunya pemasaran di medsos

Membangun Kredibilitas / Kepercayaan

- Kredibilitas adalah investasi jangka panjang
- Hubungkan akun medos dengan orang yang tepat
- Bangun brand awareness bisnis

Mencari Pelanggan yang Potensial

- Follow unfollow orang yang memiliki kesukaan dengan produk Anda
- Gabung komunitas yang di dalamnya terdapat orang-orang yang memiliki keterkaitan dengan produk yang Anda jual

Membangun Relasi di Media Sosial

Bangun jaringan dg orang-orang yang sesuai dengan target market

Pemasaran Produk di Medsos

2- Perlunya pemasaran di medsos

Membuat Konten yang Tepat dan Informatif

Buat konten yang tepat dan bersifat informatif yang dapat menjawab semua permasalahan melalui produk Anda

Membuat Gambar yang Menarik dan Autentik

- Gambar yang bisa bersifat edukasi produk, gambaran proses bisnis, gambaran orang-orang yang membangun bisnis dan lain sebagainya.
- Variasi gambar agar tidak membosankan

Media Sosial Sebagai Ruang percakapan menarik

- Membantu berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan potensial.
- menghubungi kembali calon pelanggan saat ada event promo atau peluncuran produk terbaru

Batasi Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran

Pemasaran Produk di Medsos

Tips Pemasaran Produk di Medsos

- Tentukan target konsumen
- Pilih jenis media sosial yang cocok
- Buat profil yang unik dan berciri khas
- Buat kalender konten yang konsisten
- Lakukan interaksi yang menyenangkan
- Berikan respons dengan cepat
- Promosikan sosmed di semua platform
- Buat hashtag yang konsisten
- Berikan diskon khusus follower
- Membuat loyalty program

PERLUNYA HASHTAG:

- Pencarian mudah bagi para user
- Mudah dalam pengelompokan konten
- Optimalisasi event promosi
- Jangkauan target luas
- Identitas brand/produk
- Menambah follower dan likers

INSTALLASI MEDIA SOSIAL

Instagram

INSTAGRAM

FACEBOOK

TIKTOK

Promosi Produk dg Instagram

Installasi dan Pembuatan Akun

- Buka PlayStore/AppStore, cari Instagram
- Klik Install
- Setelah terinstal, buka aplikasi Instagram
- Masukkan akun Anda, atau daftar jika Anda belum punya.
- Daftar dengan Email atau Nomor Telepon
- Masukkan alamat email atau nomor telepon (untuk kode konfirmasi)
- Bisa juga Login dengan Facebook untuk mendaftar menggunakan akun FB

Gunakan Instagram Bisnis

Strategi Marketing untuk Bisnis Online

Merupakan cara memasarkan barang di sosial media ini secara efektif adalah menggunakan akun bisnis

Menyediakan fitur unggulan yang tidak ada pada jenis akun pribadi

- Fitur memudahkan berinteraksi dengan pelanggan.
- Fitur insights untuk menganalisis engagement, kunjungan, serta menyusun strategi konten ke depannya
- Fitur Dasbor Profesional. Akun pribadi hanya terlihat Edit Profil dan Bagikan Profil.

Akun Instagram Bisnis

Mengubah jadi akun Instagram Bisnis

- Ketuk tanda ☰ di pojok kanan atas
- Pilih Pengaturan dan Privasi.
- Scroll ke bawah, pilih Jenis dan Fitur Akun
- Pilih Dapatkan Fitur Profesional dan pilih selanjutnya.

Optimasi Instagram

Lakukan Optimasi Profil

- Gunakan username yang mudah dikenali serta ditemukan.
- Pilih nama akun yang sesuai dengan bisnis, atau gunakan nama brand sebagai user name
- Gunakan foto profil yang simpel sehingga mudah dikenali
- Lengkapi profil dengan deskripsi singkat terkait bisnis Anda.
- Masukkan CTA (call to action) agar Anda bisa dihubungi dengan cepat.
- Tambahkan link website, link online market anda pada tautan

FOTO PRODUK

Untuk promosi/penjualan

KAMERA SMARTPHONE

KAMERA PROFESIONAL

Foto Produk dengan Ponsel

Foto produk untuk jualan online

Cari referensi foto produk sebagai inspirasi

Temukan contoh foto produk yang menarik di internet

Tentukan tema/konsep foto

Penting untuk memperlihatkan keunikan produk

Siapkan tempat dan background foto

Agar produk terlihat jelas dan pencahayaan yang baik

Gunakan model atau properti lain yang mendukung

Agar foto produk tidak monoton dan produk terlihat meyakinkan atau menggiurkan

Foto Produk dengan Ponsel

Foto produk untuk jualan online

Gunakan alat bantu kamera
Gunakan tripod, lighting hingga menambah lensa

Atur pencahayaan
Salah satu hal penting dalam memotret adalah pencahayaan

Atur setting kamera
mengatur setting kamera akan mempengaruhi hasil akhir

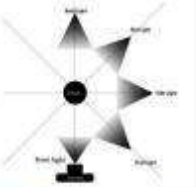
Ambil gambar dalam beberapa angle/pose/posisi

Gunakan editing tools

Tambahkan watermark

Teknik Dasar Foto Produk

Tehnik foto produk yang menarik



Lighting
- Side light yaitu posisi cahaya berada di sisi atau samping objek.
- Backlight yaitu posisi cahaya tepat pada bagian belakang objek.

Angle
Sudut pengambilan foto yang menekankan posisi kamera dalam membidik objek

Komposisi
Menciptakan foto yang memiliki keseimbangan objek

Styling
- Perhatikan konsep foto
- Pilihlah properti yang tepat
- Pastikan produk dalam kondisi baik tanpa dimodifikasi

ONLINE SHOP

Untuk penjualan produk

TOKOPEDIA
https://www.tokopedia.com/

SHOPEE
https://shopee.co.id/

BUKALAPAK
https://www.bukalapak.com/

Memasarkan Produk di Marketplace

Tips-tips bermanfaat

- Siapkan Produk yang Akan Dijual
- Temukan Target Pasar yang Sesuai
- Belajar Dari Kompetitor
- Kenali Marketplace dengan Baik
- Pelajari Algoritma Marketplace
- Memberikan Jaminan Kenyamanan Berbelanja
- Kemas Produk Semenarik Mungkin

Mulai Jualan di Tokopedia

Buka Toko di Tokopedia

- Buka aplikasi Tokopedia.
- Klik ikon tiga garis di pojok kanan atas.
- Klik tombol Mau Mulai Berbisnis? Buka Toko Gratis.
- Klik Buka Toko Gratis.
- Isi informasi nama dan domain toko.
- Klik Lanjut.
- Masukkan alamat lengkap untuk penjemputan paket.
- Klik Lanjut jika sudah selesai.
- Toko berhasil dibuka.

Mulai Jualan di Tokopedia

Unggah Produk

- Unggah foto produk yang menarik
- Tambahkan deskripsi di setiap produk
- Tambahkan kata kunci produk pada judul produk

Lengkapi Informasi Toko

- Masukkan deskripsi toko
- Unggah logo toko untuk meningkatkan kredibilitas

Aktifkan Layanan Pengiriman

- Semakin banyak layanan pengiriman semakin banyak pilihan
- Pahami karakter jasa pengiriman dari pengalaman pembeli
- Jasa pengiriman bisa di aktifkan / di non-aktifkan

Promosi Lintas Platform

- Bagikan link toko di Tokopedia ke berbagai platform
- Melalui media social, group WA, group telegram, dll

Mulai Jualan di Shopee

Buka Toko di Tokopedia

- Daftar di Aplikasi Shopee/Mulai Berjualan di situs Shopee/Daftar di Seller Centre
- Tambahkan Informasi Toko
- Pilih Jasa Kirim Toko
- Upload daftar produk
- Verifikasi identitas untuk bergabung dalam Program Gratis Ongkir
- Saat menerima pesanan, atur pengiriman dengan Jasa Kirim yang Didukung Shopee
- Tambahkan detail rekening bank untuk menarik dana penghasilan
- Periksa dan tarik dana penghasilan dari Saldo Penjual

Mulai Jualan di Shopee

Buka Toko di Shopee

Mulai Jualan di Shopee