

Original Research Paper

## Pendampingan Masyarakat dalam Menggunakan E-Commerce dan Labeling Pada Produk Singkong di Kelurahan Sungai Gampa

Emilda Prasiska<sup>1</sup>, RR. Ariessanty Alicia Kusuma Wardani<sup>1</sup>, Fitria Rizkiana<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Pendidikan Kimia, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v6i1.3187>

Prasiska, E., Wardani, K, A, A, RR., & Rizkiana, F. (2023). Pendampingan Masyarakat dalam Menggunakan E-Commerce dan Labeling Pada Produk Singkong di Kelurahan Sungai Gampa. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(1)

### Article history

Received: 05 Januari 2023

Revised: 02 Februari 2023

Accepted: 08 Februari 2023

Emilda Prasiska, Program Studi Pendidikan Kimia, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarmasin, Indonesia; Email: [emildaprasiska@gmail.com](mailto:emildaprasiska@gmail.com)

**Abstract:** Sungai Gampa merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala yang mengandalkan sektor pertanian dan pengolahan kerupuk singkong sebagai produk unggulannya. Di desa ini terdapat industri rumah tangga atau home industry yang mengolah singkong menjadi kerupuk dimana dalam pemasaran hasil olahan singkong masih terbatas pada pasar dan pusat jual beli yang ada di wilayah sekitar. Warga Desa Sungai Gampa dituntut untuk lebih teliti dalam memikirkan strategi pemasaran kerupuk singkong untuk mempertahankan eksistensinya sebagai produk unggulan. Dengan kondisi tersebut, diperlukan informasi mengenai bagaimana cara memasarkan produk olahan tersebut agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Digital marketing termasuk dalam strategi pemasaran yang memanfaatkan e-commerce dalam memasarkan produk. Selain penjualan melalui e-commerce dan pelabelan juga penting dalam meningkatkan penjualan, karena teknik pengemasan dan pelabelan yang baik dan menarik dapat mendukung suatu produk untuk dipasarkan. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pelaksanaan pengabdian ini yang terdiri dari 3 tahapan pelaksanaan yaitu Persiapan, Pelaksanaan (action), dan Evaluasi. Berdasarkan hasil kuesioner pengetahuan dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian dapat meningkatkan pengetahuan peserta tentang e-commerce dan pelabelan. Dengan adanya program yang dilakukan dalam pengabdian ini dapat meningkatkan pengembangan produk singkong di Desa Sungai Gampa, sehingga usaha dapat berkembang dan dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Sungai Gampa.

**Kata kunci:** E-commerce, Produk Singkong, Sungai Gampa.

### Pendahuluan

Pandemi Covid-19 seperti sekarang, memberikan dampak yang cukup signifikan dalam berbagai aspek di Indonesia, salah satunya dalam aspek ekonomi. Banyak pengusaha, pebisnis, dan pedagang yang usahanya setiap hari semakin sepi karena pandemi covid-19. Sepinya dagangan dan turunnya omset membuat UMKM harus berinovasi

dalam mempertahankan usaha yang mereka jalankan. Banyak pelaku usaha yang mengalami penurunan pembeli yang mengakibatkan penurunan omset penjualan. Sungai Gampa merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala, yang mengandalkan sektor pertanian serta pengolahan kerupuk singkong sebagai produk unggulannya. Di Desa ini terdapat *home industry* atau industri rumah

tangga yang mengolah singkong menjadi kerupuk dimana dalam melakukan pemasaran produk olahan singkong ini masih terbatas pada pasar-pasar maupun pusat jual beli yang berada di wilayah sekitar.

Warga Desa Sungai Gampa dituntut untuk dapat lebih teliti dalam memikirkan strategi pemasaran kerupuk singkong untuk mempertahankan eksistensinya sebagai produk unggulan. Dengan adanya kondisi seperti ini diperlukan informasi berkaitan dengan cara memasarkan produk olahan tersebut agar dapat menjangkau lebih luas lagi pemasarannya. Menurut Garaika (2020) perkembangan teknologi informasi dari waktu ke waktu semakin canggih, banyak inovasi-inovasi baru bermunculan demi mendukung kebutuhan manusia. Pada dasarnya teknologi bertujuan untuk memberikan kemudahan dari berbagai aspek kehidupan, baik dalam bekerja, berkomunikasi bahkan menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat. Oleh karena itu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini menjadi salah satu cara dalam memasarkan produk ke wilayah yang lebih luas.

Menurut Yumna, dkk (2020) Digital marketing menjadi bagian dari strategi pemasaran yang wajib dipunyai oleh para pelaku usaha khususnya para pelaku UMKM di masa pandemi ini. Kemudahan akses informasi dengan berbagai produk teknologi yang kemudian dibarengi pembatasan sosial akibat covid-19 menjadikan masyarakat lebih banyak melangsungkan belanja online. Digital marketing yang bisa dilakukan adalah dengan memanfaatkan e-commerce dalam memasarkan produk.

Menurut Siagian (2021) E-commerce adalah suatu cara untuk bisa meningkatkan ekonomi masyarakat dan tentunya ekonomi Indonesia, terlebih Indonesia merupakan negara yang sangat cocok untuk mengembangkan e-commerce. E-commerce dapat memberikan keuntungan yang cukup jelas bagi UMKM, sehingga sangat dianjurkan bagi pelaku UMKM yang belum menggunakan E-commerce agar mengaplikasikan

teknologi ini bagi bisnisnya. Hal ini sejalan dengan Alfin (2021) yang menyatakan bahwa strategi yang bisa dilakukan pelaku usaha diantaranya dengan melakukan penjualan secara E-commerce, melakukan pemasaran secara digital, memperbaiki kualitas produk dan layanan, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen atau menjalin hubungan pemasaran pelanggan.

Pemasaran merupakan sebuah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk tujuan mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Kegiatan pemasaran ini sangat penting dilakukan agar produk olahan lebih dikenal oleh masyarakat luas dan untuk meningkatkan penjualan. Hal ini juga sejalan dengan Handayani, dkk (2021) yang melakukan penelitian tentang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) oleh UMKM pada masa pandemik Covid-19 dimana para pelaku usaha perlu dilakukan pendampingan berkaitan dengan pemasaran digital.

Selain melakukan penjualan secara E-commerce, pengemasan dan pelabelan juga tidak kalah penting dalam meningkatkan penjualan. Pengemasan selain berfungsi sebagai alat melindungi produk, juga meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Menurut Sofhia, dkk (2020) sajian makanan ringan yang dikemas dalam wadah yang bersih, bagus, tahan air tentu akan meningkatkan penjualan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Label bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan branding sebuah produk (Dwiyanti & Puji, 2019). Labeling berfungsi sebagai identitas suatu produk agar konsumen dapat memilih produk secara benar dan tepat. Oleh karena itu cara pengemasan dan labeling yang baik dan menarik tentu sangat diperlukan dalam mendukung suatu produk makanan.

Berdasarkan hal tersebut, agar dapat membantu mengatasi permasalahan mitra tim pengusul sepakat untuk membuat program Pendampingan Masyarakat dalam Menggunakan E-

commerce dan Labeling Produk Singkong di Kelurahan Sungai Gampa.

**Metode Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan tiga tahapan yang terdiri dari persiapan, pelaksanaan (tindakan), dan evaluasi. Adapun untuk kegiatan pelaksanaannya antara lain :

1. Persiapan

Melakukan koordinasi dengan LPM Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari. Penyusunan program pengabdian berdasarkan hasil analisis situasi, analisis khalayak sasaran, analisis materi dan analisis media.

2. Pelaksanaan Tindakan :

Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan produk olahan Desa Sungai Gampa, dilakukan dalam berbagai kegiatan. Adapun rincian tindakan yang dilakukan dalam program pemberdayaan masyarakat ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.:

**Tabel 1. Kegiatan yang dilaksanakan.**

Kegiatan	Deskripsi
Strategi Pemasaran	Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada warga tentang strategi pemasaran berbasis digital
Teknik pengemasan dan labeling	Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada warga tentang teknik-teknik pengemasan dan labeling.
Praktek membuat akun e-commerce, mendesain logo / label untuk produk olahan yang dihasilkan	Kegiatan ini dilaksanakan untuk melatih para warga dalam membuat akun e-commerce, latihan melakukan penjualan di e-commerce serta latihan membuat logo/label sendiri untuk produk olahan yang dihasilkan.

Berdasarkan tabel diatas kegiatan pengabdian dilaksanakan secara rutin, sebanyak 3 kali kegiatan

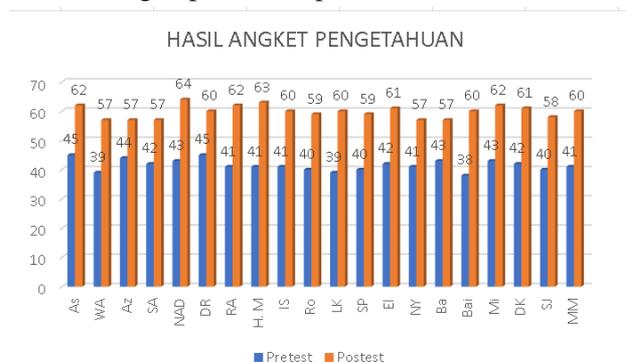
dengan 2 kali pertemuan, dimana sebelum dan sesudah kegiatan akan diberikan angket untuk mengukur pengetahuan peserta selama mengikuti pengabdian.

3. Evaluasi Kegiatan

Proses evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan dari program pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan pengembangan produk olahan Desa Sungai Gampa. Dimana pada awal dan akhir kegiatan diberikan angket untuk mengukur persentase peningkatan pengetahuan warga Desa Sungai Gampa tentang e-commerce dan labeling setelah dilakukan kegiatan. Hal ini juga dilakukan guna mengetahui kekurangan dan kendala dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian.

**Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diikuti oleh 20 orang peserta dimana peserta merupakan anggota dari Badan Usaha Kelurahan Sungai Gampa Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala. Adapun hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang diikuti oleh peserta diperoleh data, yaitu data pengetahuan warga Desa Sungai Gampa tentang e-commerce dan labeling. Data tersebut diperoleh dari angket yang dibagikan sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Adapun hasil data pengetahuan warga Desa Sungai Gampa tentang e-commerce dan labeling dapat dilihat pada tabel di bawah ini.



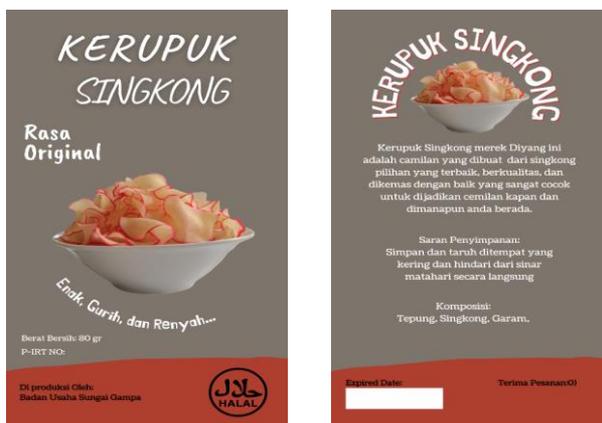
Gambar 1. Diagram Hasil Angket Pengetahuan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan nilai rata-rata pretest dan posttest untuk hasil perhitungan angket pengetahuan warga Desa Sungai Gampa tentang e-commerce dan labeling setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil angket terjadi peningkatan pengetahuan peserta setelah dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Selain mentransfer ilmu pengetahuan kepada peserta, pada kegiatan pengabdian juga dilaksanakan praktek dalam membuat desain labeling untuk produk kerupuk yang peserta jual. Kegiatan ini dilaksanakan secara kelompok, dimana peserta dibagi menjadi 2 kelompok, dengan setiap kelompok membuat 1 desain labeling kerupuk singkong. Adapun gambar desain buatan peserta dapat di lihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Desain Kerupuk Singkong Kelompok 1



Gambar . Desain Kerupuk Singkong Kelompok 2

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat desain hasil kelompok 1 dan kelompok 2 memiliki tampilan yang menarik. Selain tampilan menarik dalam desain label kemasan juga terdapat informasi produk seperti: komposisi, berat bersih, saran penyimpanan, varian rasa, tanggal *expired* dan informasi kontak pemesan. Informasi seperti ini sangat penting untuk produk jualan khususnya produk makanan, karena dengan adanya informasi seperti ini dapat memberikan kemudahan kepada konsumen untuk dapat mengorder kembali produk singkong yang dijual dan dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

### Kesimpulan

Dari hasil kegiatan Pendampingan Masyarakat dalam Menggunakan E-commerce dan Labeling Produk Singkong di Kelurahan Sungai Gampa, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan ini memberikan tambahan pengetahuan dan pemahaman mengenai e-commerce dan labeling produk.
2. Kegiatan ini juga memberikan bekal keterampilan kepada peserta dalam mendesain label produk kemasan.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, terutama kepada Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin yang telah mendukung secara moral dan material hingga kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan lancar.

### Daftar Pustaka

Alfin, A. 2021. Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.1 No.8 Januari 2021.

- Dwiyanti, A. Puji P. 2019. Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS Vol 4 No 2 Bulan Juli 2021*.
- Garaika. F. Muslihudin, M. (2020). Pengenalan Mobile Commerce Pada Anggota Koperasi Gentiaras Untuk Meningkatkan Penghasilan Rumah Tangga. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. , 300-305.
- Handayani, E. Dkk. 2021. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunikasi dan Informasi. Vol.10 No.2 /November 2021 DOI: 10.31504/komunika.v10i2.4622*
- Siagian, A.O. 2021. Strategi Pemasaran E-Commerce Bagi Umkm Indonesia Untuk Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal AKRAB JUARA Volume 6 Nomor 1 Edisi Februari 2021 (1-15)*
- Sophia, S., Varina, F., & Erwandri, E. (2019). Teknik Pengemasan Dan Labeling Produk Olahan Makanan Ringan Di Desa Pematang Gajah. *Jurnal Sigita, 1(1), 7–16*.
- Yumna, O.R. (2021) *Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pada Umkm Yang Terdampak Pandemi Covid-19 Di Kampung Purun Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan*. Diploma thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB.