

Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi PixelLab Bagi Penjual Online di Kabupaten Maros

Mubarak Dahlan¹, Firdaus W. Suhaeb², Ernawati S. Kaseng³

mubarakdahlan203@gmail.com

¹²³Universitas Negeri Makassar

Abstract: This community service activity is carried out in the form of socialization and practice of using applications that aim to improve the ability to design selling product images for online sellers in Maros Regency. The fact shows that so far the appearance of product images has a strong influence on buyer interest in goods and services traded through social media platforms and in a number of online stores in the form of market places. One of the fundamental obstacles experienced by online sellers is the lack of ability to manage product images into attractive designs, so that images of goods and services promoted look ordinary. The solution provided is to disseminate the importance of using the application and practice how to use Pixelab to online sellers. In addition to the utilization of the application, training is also provided on examples of attractive product image designs so that prospective buyers can be interested in buying products.

Keyword: training, utilization, app, online seller

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan praktik penggunaan aplikasi yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mendesain gambar produk jualan bagi para penjual online di Kabupaten Maros. Kenyataan menunjukkan bahwa sejauh ini tampilan gambar produk berpengaruh kuat terhadap minat pembeli terhadap produk barang maupun jasa yang diperdagangkan melalui platform media sosial maupun pada sejumlah toko online berupa market place. Salah satu kendala mendasar yang dialami para penjual online adalah masih terbilang minimnya kemampuan mengelola gambar produk menjadi desain menarik, sehingga gambar produk barang maupun jasa dipromosikan tampak biasa saja. Adapun solusi yang berikan adalah melakukan sosialisasi pentingnya penggunaan aplikasi serta mempraktekkan cara penggunaan Pixelab kepada para penjual online. Selain pemanfaatan aplikasi, juga diberikan pelatihan mengenai contoh-contoh desain gambar produk yang menarik dan sehingga calon pembeli bisa berminat untuk membeli produk.

Kata Kunci: pelatihan, pemanfaatan, aplikasi, penjual online

Pendahuluan

Di Kabupaten Maros sebagaimana daerah lainnya di Indonesia, kalangan pelaku usaha baik golongan tua maupun muda telah menjadikan kegiatan berjualan online sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh keuntungan usaha (Timothi, 2013) dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini sangat prospektif karena pengaruh modernitas dan perilaku konsumtif telah menjadi ciri masyarakat dewasa ini (Pariwang et al., 2018). Di

kalangan para pebisnis online tersebut banyak di antaranya adalah penjual dengan produk milik sendiri dan tidak sedikit pula di kalangan penjual adalah reseller atau bahkan dropshipper (Tanjung, 2021) tanpa memiliki stok produk. Dalam operasionalnya, kegiatan berjualan ini tidak dapat diklaim mana yang lebih efektif dan mendatangkan keuntungan yang lebih banyak, karena masing-masing strategi berjualan tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Bagi para penjual yang memiliki produk sendiri lebih leluasa mengatur harga dan bahkan bisa memberi harga rendah kepada pelanggan untuk masa promosi tertentu. Hal ini dimaksudkan untuk menarik minat calon pembeli untuk membeli produk-produk tertentu. Selain itu, kelebihan yang dimiliki oleh penjual dengan produk sendiri, yakni dengan mudah dapat menunjukkan suatu produk jika sewaktu-waktu customer meminta untuk menunjukkan barang tertentu sebagai bukti bahwa produknya tersedia dan dapat disorder saat itu juga. Kelemahannya hanya pada proses *packing* atau mengemas produk untuk dikirim karena biasanya membutuhkan tenaga tambahan untuk mengelolanya, apalagi jumlah order setiap hari membludak. Sebaliknya, bagi penjual reseller atau dropshiper, memiliki kemudahan yakni tidak perlu memiliki atau mengoleksi (stok barang) produk pada suatu tempat (gudang), cukup memiliki gambar/foto produk maka sudah bisa berjualan dengan cara mengatur margin harga jual dengan harga relasi sumber produk. Selain itu, kelebihannya karena cukup menjalankan semuanya di telepon selular atau gadget miliknya atau berpromosi di media sosial (Husnan & Creativity, 2015), maka selanjutnya tinggal tunggu order dan keuntungan akan mengalir masuk ke rekening pribadinya. Adapun kelemahannya yakni kadangkala sulit menunjukkan bukti produknya seketika pada saat calon pembeli memintanya. Selain itu, harus selalu siaga untuk mengecek ketersediaan produk pada relasi yang menjadi mantra jualannya.

Salah satu masalah mendasar yang dijumpai oleh para penjual di Kota Maros adalah pengetahuan tentang cara mendesain gambar produk yang menarik dan dapat memikat hati calon pembeli untuk memesan. Konsekuensinya, tidak jarang mereka (para penjual) harus menyewa para penyedia jasa desain untuk membuatkan rancangan gambar mulai dari pembuatan logo usaha atau brand, spanduk kegiatan, banner promosi, hingga desain gambar setiap produk jualan. Kencenderungan mempercayakan pekerjaan ini ke pihak lain tentu saja memerlukan biaya tambahan dan tidak jarang para penyedia jasa desain juga bisa mengubah harga sewaktu-waktu serta kadangkala harus menunggu antrian untuk proses penyelesaiannya. Selain itu, kelemahan lainnya adalah seringkali para penyedia jasa layanan desain menyertakan promosi brandnya (Ahmadin et al., 2023) pada gambar produk kita dan yang sangat rentan terjadi yakni biasanya beberapa gambar produk hasil desainnya yang telah kita pesan, kemudian dipromosi ulang di media sosial dan menyebutkan bahwa gambar-gambar produk tersebut adalah hasil desainnya. Hal seperti ini sering terjadi

jika tidak ada perjanjian antara kedua belah pihak yakni dari pihak desainer dengan pemesan.

Melalui kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini diharapkan dapat menjadi salah satu solusi bagi permasalahan para penjual online tersebut. Selain itu, melalui kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat menciptakan serta meningkatkan kemampuan ganda para penjual online (Misbawati, 2021) yakni terampil mendesain gambar-gambar produk yang dapat menarik minat calon pembeli serta membedakan jenis-jenis/tipe gambar sesuai dengan sasaran/target promosi penjualan. Demi efektivitas pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini, maka dilakukan selama beberapa kali kegiatan dirangkaian dengan aktivitas ngopi para komunitas yang tergabung dalam kelompok kecil para penjual tersebut.

Metode

Implementasi Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk kegiatan *Participatory Action Research* (Baum et al., 2006) yakni suatu bentuk pengumpulan data atau informasi yang dilakukan melalui model partisipan (Ahmadin, 2013) yang turut serta sebagai bagian dari kegiatan pelatihan/sosialisasi dari para penjual online sehingga dapat sekaligus melakukan pengamatan sebagai bagian dari penelitian. Subjek pengabdian pada kegiatan PKM ini adalah para penjual online baik pemilik produk maupun reseller/dropshiper dengan berbagai latarbelakang varian produk jualan yang berbeda. Proses pelaksanaan kegiatan kemitraan ini dimulai dari serangkaian identifikasi masalah dan selanjutnya melalui pelaksanaan pelatihan. Melalui kegiatan sosialisasi ini diharapkan para peserta atau mitra memiliki kemampuan serta kesadaran tentang pentingnya memiliki keterampilan sendiri dalam mendesain produk jualan serta bahan-bahan promosi lainnya.

Pembahasan

Implementasi pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bertema pelatihan pemanfaatan aplikasi PixalLab (Sudjanarti et al., 2022) dalam desain grafis untuk promosi produk jualan pada kalangan pebisnis online di Kota Makassar, dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan. *Pertama*, melakukan serangkaian persiapan pelaksanaan yakni menyelesaikan perihal perizinan, selanjutnya melakukan penyiapan perlengkapan pelaksanaan kegiatan seperti: spanduk/banner, list kehadiran peserta kegiatan, alat tulis-menulis, kertas HVS, LCD/Proyektor, dan bahan lainnya. *Kedua*, proses pelaksanaan kegiatan

sosialisasi ini tidak hanya terkonsentrasi pada satu tempat saja, melainkan dilakukan juga pada beberapa lokasi kegiatan berbeda. Adapun lokasi pelaksanaan kegiatan sosialisasi yang dimaksud, seperti: Warkop Juank Maros serta beberapa tempat lainnya di mana para komunitas penjual online sering nongkrong bersama.

Implementasi pelaksaaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) berupa pelatihan pemanfaataan sebuah aplikasi desain grafis untuk gambar produk bagi kalangan penjual online di Kabupaten Maros, dilakukan dengan bantuan berbagai alat pendukung, seperti: laptop yang berfungsi sebagai alat untuk menyusun konsep dan alur materi pelatihan, buku-buku referensi khususnya buku marketing dan bisnis, LCD/proyektor guna menayangkan materi selama pelatihan, printer untuk mencetak materi pelatihan, kertas HVS dan ballpoint sebagai alat tulis menulis selama pelatihan.

Pelaksanaan sosialisasi pemanfaatan aplikasi PixelLab dalam pembuatan desain gambar produk jualan di kalangan pebisnis online di Kota Makassar ini, berjalan sesuai agenda yang disusun dalam perencanaan sebelumnya, demikian pula para peserta terlihat mengikuti kegiatan dengan serius serta antusias ditandai dengan keaktifan mereka dalam bertanya dan berdiskusi. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi yang dilakukan mulai pagi hingga siang hari pada setiap Ahad dan dimulai pada 18 Desember 2022. Para peserta yang sangat memperhatikan materi dan menerima informasi tentang berbagai fungsi dan manfaat aplikasi yang diperkenalkan kepada mereka sebagai material dalam membuat desain gambar produk jualan nantinya. Melalui serangkaian proses identifikasi awal lewat diskusi dalam sosialisasi ini, diketahui bahwa faktor penyebab masih kurangnya minat dan kecenderungan mendesain gambar produk jualan sendiri, disebabkan karena minimnya pengetahuan serta keterampilan mendesain. Selain itu, tidak adanya mitra atau rekan yang berfungsi sebagai motivator yang menstimulasi mereka melakukan kreasi seperti ini.

Tidak maksimalnya pemanfaatan rekan/mitra sebagai pihak pemberi motivasi dalam pengembangan pengetahuan dan keterampilan kaitannya dengan dunia marketing, juga disebabkan oleh belum luasnya koneksi ke berbagai lembaga atau organisasi serta penyedia layanan sosialisasi di Kota Makassar. Pada beberapa contoh kasus para penjual online jalan sendiri sesuai dengan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimilikinya. Dapat dipredksi bahwa jika para penjual online dengan jumlah yang cukup banyak tersebut telah menjadi pebisnis yang mampu menguasai pasar dengan tampilan produk yang menarik, sudah dipastikan dapat memaksimalkan pemasarannya serta memperoleh keuntungan yang besar. Di sisi lain tampilan gambar produk dengan desain yang menarik akan tampak profesional sehingga hal ini dapat meningkatkan kepercayaan

kosumen terhadap penyedia produk (penjual).

Proses pemberian materi sosialisasi dilakukan dengan menayangkan materi dalam ragam metode, seperti: ceramah bervarisasi dan tanya-jawab (diskusi) sesuai dengan orientasi serta tujuan pelaksanaan kegiatan ini. Berbagai narasi/kisah contoh kisah tentang orang-orang yang sukses dalam berbisnis juga menjadi bagian dari materi yang dimasudkan akan menjadi motivasi bagi para peserta. Demikian pula dalam kegiatan sosialisasi ini ditunjukkan beberapa panduan atau tutorial cara mengoperasikan aplikasi serta penggunaanya dalam mendesain gambar produk. Dalam hal ini diberikan pemahaman tentang pentingnya menggunakan media sosial seperti Youtube untuk keperluan belajar mandiri dalam berbagai hal baik menyangkut cara mendesain gambar produk, contoh-contoh materi promosi, serta strategi promosi produknya.

Fasilitator dalam kegiatan ini yakni para penjual online yang telah terampil membuat materi promosi di Kota Maros serta teman sebaya dari peserta pelatihan yang telah memiliki pengalaman menggunakan aplikasi atau mempunyai dasar-dasar kemampuan mendesain. Sosialisasi juga berlangsung dalam proses praktik terbimbing serta diskusi sehingga kegiatan ini benar-benar efektif dan bermanfaat secara langsung dalam memacu kreatifitas serta meningkatkan keterampilan peserta. Langkah selanjutnya setelah proses sosialisasi dilakukan dalam bentuk penyajian materi, yakni dilakukan tahapan pemberian tugas serta praktik mendesain satu macam produk untuk semua peserta, dengan maksud agar hasilnya dapat bervasiasi. Selanjutnya, sesi tanya-jawab, yang dimasudkan agar peserta yang masih kurang mengerti dapat diberi pencerahan/penjelasan atau ada dikalangan peserta yang memiliki gagasan menarik dapat diadopsi sebagai kiat untuk peserta yang lain. Tahapan terakhir dilakukan kegiatan refleksi yang dimasudkan agar peserta secara bebas dapat menyampaikan hak-hal apa saja yang bermanfaat dapat diperoleh dari kegiatan ini serta hal apa yang masih menjadi kelemahan pribadinya dan bisa dikembangkan lagi pada mendatang.

Kesimpulan

Hasil pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bertema pelatihan pemanfaatan aplikasi pixlab bagi penjual online di Kota Maros dalam mendesain gambar produk jualan pada pebisnis online di Kota Makassar, dapat memberi solusi terhadap permasalahan masih kurang maksimalnya pemanfaatan aplikasi dalam desain karena tidak adanya motivator serta mitra. Selain itu, melalui pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini diharapkan semua penjual online memiliki bekal pengetahuan dan keterampilan tambahan mengenai cara menggunakan aplikasi untuk mendesain gambar produk jualan serta media promosi lainnya. Bahkan lebih jauh kegiatan ini diharapkan dapat memberi

semangat baru berbasis kesadaran tentang pentingnya sebuah *brand image* yang menjadi penentu ketertarikan pembeli pada suatu produk. Kegiatan sosialisasi dalam bentuk kerjasama atau kemitraan serupa dengan ini, diharapkan dapat terlaksana dalam berbagai jenis kegiatan pada tempat dan waktu yang berbeda. Demikian pula lebih jauh diharapkan dapat terjalin kerjasama yang baik antara pihak fasilitator sebagai penyedia tim pengabdian dengan organisasi sebagai mitra.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang tergabung dalam Ikatan Pebisnis Online Maros yang telah memberikan kesempatan bekerjasama dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

Daftar Pustaka

- Ahmadin, A., Maulani, S. F., Rustandi, N., Santoso, R., Priatna, I. A., Supiandi, G., Hariyanto, M., Thahery, R., Utama, A. S., & Rusmalinda, S. (2023). *PEMAHAMAN KONSEP, TUJUAN, DAN MANFAAT FILSAFAT BISNIS*.
- Baum, F., MacDougall, C., & Smith, D. (2006). Participatory action research. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 60(10), 854.
- Husnan, F., & Creativity, J. (2015). *Buku pintar bisnis online*. Elex Media Komputindo.
- Misbawati, M. (2021). Bisnis Online: Peluang dan Tantangan Pemenuhan Kebutuhan Ekonomi Keluarga Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Kajian Sosial Dan Budaya: Tebar Science*, 5(1), 27–33.
- Pariwang, S., Nursalam, N., & Ahmaddin, A. (2018). *Modernitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unismuhi Makassar*. UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR.
- Sudjanarti, D., Rahmi, A., Utomo, H., Wardani, R. T. I., & Palandi, E. H. (2022). APLIKASI PIXELLAB UNTUK DASAIN MEDIA INFORMASI. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (J-ABDIMAS)*, 9(1), 49–53.
- Tanjung, M. J. (2021). *Praktik Sistem Dropshipping Pada Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Dropshipper Tokopedia Dan Shopee Mahasiswa Uii)*.
- Timothi, J. (2013). *Membangun Bisnis Online*. Elex Media Komputindo.