

Peningkatan kemampuan digitalisasi promosi dan pemasaran produk kelompok eks-buruh migran di Kabupaten Wonosobo

Title	Peningkatan kemampuan digitalisasi promosi dan pemasaran produk kelompok eks-buruh migran di Kabupaten Wonosobo
Author Order	11 of 11
Accreditation	4
Abstract	<p>[Bahasa]: Eks-buruh migran di Wonosobo memiliki asosiasi yang beranggotakan 30 orang. Hampir 80% anggota asosiasi memiliki unit bisnis di berbagai bidang seperti kerajinan kain batik, vas bunga, produk olahan pangan lokal, koperasi, jasa simpan pinjam, dan toko kelontong. Sekitar 90% anggota asosiasi tidak memiliki kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa yang mereka miliki. Adanya era Revolusi Industri 4.0 dan wabah Covid-19 menyebabkan omzet usaha anggota mengalami penurunan hingga 40%. Oleh karena itu, tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan kemampuan mitra dalam memasarkan produk mereka melalui teknologi informasi dan komunikasi. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan mitra oleh akademisi Universitas Jenderal Soedirman. Materi pelatihan meliputi pengelolaan administrasi berbasis sistem informasi, perencanaan keuangan berbasis digital, penggunaan aplikasi akuntansi digital, pengelolaan risiko keuangan, dan pembuatan desain kontrol mutu produk inovasi. Setelah kegiatan pelatihan para buruh migran telah mampu membuat desain kemasan produk dengan Canva, membuat laporan keuangan dengan aplikasi catatan keuangan, dan mempromosikan produk usaha melalui media sosial. Pendampingan intensif selama satu bulan dilakukan untuk memastikan bahwa mitra mampu mengaplikasikan materi pelatihan secara berkelanjutan. Peningkatan kemampuan digitalisasi pemasaran produk untuk eks-buruh migran melalui kegiatan pengabdian ini mampu meningkatkan omzet penjualan rata-rata sebesar 22%. Kata Kunci: digitalisasi, promosi, migran, Wonosobo [English]: The ex-migrant workers association in Wonosobo has 30 members. Nearly 80% of the members have business units in various fields such as batik cloth, flower vases, locally processed food products, cooperatives, savings and loan services, and grocery stores. About 90% of the members do not have the ability to use information and communication technology (ICT) to promote and market their products and services. The era of the Industrial Revolution 4.0 and the Covid-19 outbreak caused the members' business profit decrease by 40%. Therefore, the purpose of this community service is to improve the ability of partners in marketing their products through ICT. The method used in this program is training and mentoring by academics from Universitas Jenderal Soedirman. The training materials include information system-based administrative management, digital-based financial planning, the use of digital accounting applications, financial risk management, and quality control designs for innovative products. After the training, the participants are able to design product packaging with Canva, make financial reports using financial records applications, and promote business products through social media. A month-intensive mentoring was carried out to ensure that partners were able to apply training materials continuously. In conclusion, this program develops the participants' ability to digitize product marketing and increase their sales turnover around 22%. Keywords: digitization, promotion, migrants, Wonosobo</p>
Publisher Name	LP2M Universitas Islam Negeri Mataram
Publish Date	2021-06-30
Publish Year	2021
Doi	DOI: 10.20414/transformasi.v17i1.2867
Citation	
Source	Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Source Issue	Vol 17 No 1 (2021): Transformasi Juni
Source Page	13-26
Url	https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/transformasi/article/view/2867/1651
Author	FX ANJAR TRI LAKSONO, S.T, M.Sc.