

UPAYA MENINGKATKAN PRODUK *KNOWLEDGE* MELALUI *E-CATALOG* PADA KIMORA JEWELRY CABANG CANGGU

Ni Luh Putu Widhiastuti^{1,*}, Ni Putu Sinta Dewi Yanti²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: putuwidhiastuti@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kimora Jewelry merupakan salah satu contoh penjual perhiasan yang ada di Desa Cangu. Kimora Jewelry, menjual perhiasan yang terbuat dari perak dan stainless. Metode yang digunakan untuk meningkatkan pemahaman produk *knowledge* pada bagian *Sales* melalui penerapan *e-catalog*. Dimana Kimora Jewelry mengalami permasalahan yaitu jangkauan pemahaman produk *knowledge* kurang maksimal. Hal ini secara langsung mengakibatkan rendahnya pendapatan yang diperoleh Kimora Jewelry Cabang Cangu. Melihat kondisi tersebut, pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir membawa misi untuk membantu memberikan pelatihan pemahaman *produk knowledge* melalui media *e-catalog*, untuk meningkatkan pengetahuan mengenai produk. Kegiatan ini telah berhasil dilakukan dan dapat meningkatkan produk *knowledge*, terutama bagian *Sales*.

Kata Kunci: Produk *Knowledge*, *e-catalog*, *Sales*

ANALISIS SITUASI

Pengabdian masyarakat merupakan suatu kegiatan perkuliahan dan kerja lapangan yang merupakan pengintegrasian dari pendidikan dan pengajaran, penelitian oleh mahasiswa secara pragmatis, berdimensi luas melalui pendekatan interdisipliner, komprehensif, dan lintas sektoral. Menurut Direktorat Riset Universitas Indonesia (2011:4), Pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain dalam hal memperluas wawasan, pengetahuan maupun meningkatkan keterampilan yang dilakukan oleh civitas akademika sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan aktif.

Tujuan dari pengabdian masyarakat yang akan dilakukan ialah mampu mengamalkan serta membudayakan ilmu pengetahuan dan teknologi guna memajukan kesejahteraan masyarakat sekitar. Untuk memberikan solusi dalam penyelesaian masalah yang dihadapi masyarakat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi tepat guna, bahan pengembangan ilmu teknologi dan kegiatan berwirausaha guna mendorong pembangunan ekonomi masyarakat. Mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam bangku pendidikan untuk membantu perkembangan dan persiapan masyarakat menyongsong era modernisasi.

Desa Canggü dikenal sebagai salah satu pusat pariwisata maju yang terkenal. Kimora Jewelry merupakan salah satu usaha yang menjual perhiasan yang berbahan dasar perak dan stainless yang sudah beroperasi sejak tahun 2015. Kimora Jewelry berlokasi di Jl.Pantai Berawa No.61, Tibubeneng, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali 80361. Usaha ini bertujuan untuk menyediakan perhiasan dengan harga terjangkau sehingga mampu menembus berbagai kalangan masyarakat. Pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dan lebih dapat mengoptimalkan pelayanan dengan dengan baik.

Berdasarkan Hasil observasi yang sudah dilakukan, menunjukkan fakta bahwa *Sales* atau agen penjualan memiliki peranan pada Kimora Jewelry Cabang Canggü. Dimana *Sales* merupakan jabatan yang memiliki tanggung jawab dan tugas atas proses penjualan produk maupun layanan yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perusahaan (Ahmad, 2023). *Sales* dianggap sebagai ujung tombak perusahaan karena sales yang secara langsung melakukan penjualan dan juga berhubungan langsung dengan pembeli. Namun kondisinya pada Kimora Jewelry Cabang Canggü adalah kurangnya pemahaman mengenai produk *knowledge* yang dimiliki *Sales* sehingga pendapatan masih rendah.

Product Knowledge yaitu cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk (Purwaningtias, 2018). Ada tiga jenis produk *knowledge* berupa pengetahuan tentang atribut produk atau karakteristik produk, pengetahuan dari manfaat produk dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi customer. Oleh karena *Sales* harus memiliki pemahaman *Product Knowledge* yang baik untuk terjadinya penjualan tentang produk yang akan dibeli konsumen. Selama ini *leader* masih melakukan teknik pelatihan produk *knowledge* secara manual, yaitu dengan cara menjelaskan pada *Sales*. Hal ini menyebabkan jangkauan pemahaman produk *knowledge* oleh *sales* kurang maksimal. Teknik ini secara langsung mengakibatkan rendahnya pendapatan yang diperoleh Kimora Jewelry Cabang Canggü.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat belakangan ini mengubah cara interaksi dalam komunikasi pemahaman produk *knowledge*, dari hanya mendengarkan secara *face to face* menjadi *screen to face* (*e-catalog*). Menurut Wijayanti, dkk (2022) *e-catalog* berisi daftar, jenis, spesifikasi teknis serta harga barang tertentu dari penyedia barang. Dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan pembuatan dan pelatihan penggunaan *e-catalog* untuk membantu pemahaman produk *knowledge* merupakan hal yang akan dilakukan pada program pengabdian ini, dengan harapan dapat meningkatkan pemahaman produk *knowledge* ataupun penjualan dengan pasar yang lebih luas pada Kimora Jewelry Cabang Canggü.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan rumusan masalah yang terjadi, yaitu:

1. Pelaku Kimora Jewelry Cabang Canggü hanya menggunakan teknik mendengarkan secara *face to face*
2. Pelaku Kimora Jewelry Cabang Canggü belum paham dan mengerti penggunaan *e-catalog* sebagai media pemahaman produk *knowledge*

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut sebagai berikut:

1. Pembuatan *e-catalog* agar lebih mudah memahami jenis produk.
2. Sosialisasi pentingnya penggunaan media katalog online dalam sistem pemahaman produk *knowledge* dan pelatihan penggunaan *e-catalog*.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan Upaya Meningkatkan Produk *Knowledge* melalui *e-catalog* Pada Kimora Jewelry Cabang Canggü terdiri atas, (1) tahapan/langkah-langkah, (2) metode penyelesaian masalah. Berikut dijelaskan secara lebih terperinci kedua hal tersebut.

1. Tahapan
 - a. Persiapan
Pada tahap ini dilakukan persiapan tentang perancangan media *e-catalog*. Diskusi yang intens akan dilakukan terkait dengan fitur-fitur isian pada sistem pemasaran. Pada tahap ini dilakukan persiapan tentang perancangan media *e-catalog* dengan melakukan tanya jawab kepada sales Kimora Jewelry Cabang Canggü untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dan mendiskusikan program kerja yang akan dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada serta menyiapkan alat-alat yang akan digunakan selama proses perancangan fitur *e-catalog* seperti, laptop, kuota dan handphone.
 - b. Pelaksanaan
Jika sistem sudah selesai dibuat, maka dilakukan uji coba sistem *e-catalog* yang kemudian dilanjutkan ke proses pelaksanaan. Sebelum penggunaan *e-catalog* diimplementasikan, Sales akan diberikan sosialisasi terlebih dahulu mengenai sistem kerja *e-catalog* mengenai cara akses dan penggunaannya, kemudian setiap Sales akan mempraktekan cara membuka, membaca dan mengedit *e-catalog* sesuai dengan arahan yang diberikan pada saat sosialisasi.
 - c. Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan evaluasi oleh peneliti. Dengan memperhatikan kendala-kendala dan keluhan *Sales* maka akan dilakukan beberapa perbaikan jika diperlukan serta melakukan pengecekan terhadap hasil dan efektivitas dari penerapan program kerja untuk mengetahui sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Evaluasi dilakukan untuk menilai apakah program telah berhasil mencapai sasaran atau perlu pengembangan lagi.

2. Metode Penyelesaian Permasalahan
 - a. Teknik pemahaman produk *knowledge* yang masih tradisional (*face to face*) dapat diatasi dengan diterapkannya hal-hal seperti:
 - 1) Merancang fitur pembuatan media *e-catalog* dengan Google Drive
 - 2) Melakukan sosialisasi tentang *e-catalog*
 - 3) Melakukan pelatihan dan monitoring pengaplikasian *e-catalog*
 - b. Kurangnya pemahaman dengan penggunaan media elektronik dapat diatasi dengan melakukan hal-hal seperti:
 - 1) Melakukan sosialisasi pentingnya penggunaan media *e-catalog* dalam pemahaman produk *knowledge*.
 - 2) Mempermudah cara akses *e-catalog* sehingga dapat dengan cepat dipahami.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN.

Secara umum kegiatan Pengabdian pada Masyarakat terlaksana 100% dan berjalan dengan baik lancar sesuai dengan tujuan. Berikut ini disajikan data terkait tingkat ketercapaian program yang telah dilaksanakan oleh tim pelaksana kegiatan Pengabdian masyarakat ini.

Tabel 1. Spesifikasi Hasil Kegiatan

No	Program Kerja	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1	Merancang fitur pembuatan media <i>e-catalog</i>	Melakukan diskusi dengan pemilik usaha dan <i>Sales</i> mengenai penetapan <i>e-catalog</i> untuk mempermudah pemahaman produk <i>knowledge</i> serta menyiapkan alat alat untuk mendukung proses perancangan fitur <i>e-catalog</i> seperti laptop, kuota, dan handphone	100%
2	Mensosialisasikan pentingnya penggunaan <i>e-catalog</i>	Memberikan pengarahan mengenai pentingnya pemahaman mengenai produk <i>knowledge</i> serta manfaat dari penggunaan <i>e-catalog</i> untuk menunjang pemahaman <i>Sales</i> dalam produk <i>knowledge</i> .	100%
3	Memberikan pelatihan dan monitoring pengaplikasian <i>e-catalog</i>	Memberikan pelatihan pada setiap <i>Sales</i> sekaligus memonitoring penggunaan <i>e-catalog</i> serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi sales dalam penggunaan <i>e-catalog</i> serta mendampingi <i>Sales</i> dalam mempraktekkan cara mengakses, membaca dan mengedit <i>e-catalog</i> sesuai dengan arahan pada saat sosialisasi.	100%

Melalui kegiatan pelatihan tentang *digital learning* yang dimana pemilik dan bagian *Sales* Kimora Jewelry Cabang Canggü diberi pelatihan mulai dari cara mengakses *e-catalog*. Diberikannya pelatihan ini diharapkan dapat membantu dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik Kimora Jewelry Cabang Canggü dengan adanya program ini pemilik dan *Sales* Kimora Jewelry Cabang Canggü senang dan merasa terbantu karena pemberian pemahaman mengenai perluasan metode pemahaman produk *knowledge* yang efektif, serta pelatihan untuk meningkatkan pemahaman dari pemilik Kimora Jewelry Cabang Canggü dapat terpenuhi. Berjalannya kegiatan ini karena adanya faktor pendukung keberhasilan kegiatan yaitu:

1. Pemilik usaha serta *Sales* mendukung penuh kegiatan ini
2. Antusiasme *Sales* yang tinggi dalam mengikuti kegiatan ini
3. Tersedianya fasilitas pendukung yang sangat memadai dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Faktor penghambat kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Masih adanya *Sales* yang kurang maksimal dalam memahami penggunaan *e-catalog*
2. Masih adanya sales yang belum terbiasa menggunakan media elektronik untuk dapat mengakses *e-catalog*.

Berikut adalah hasil dokumentasi pelaksanaan kegiatan:



Gambar 1. Kegiatan sosialisasi penyusunan *e-catalog*

Kegiatan Sosialisasi (Edukasi) mengenai pelatihan penggunaan *e-catalog* bertempat di Kimora Jewelry Cabang Canggü. Kegiatan ini diawali dengan pemberian pemahaman kepada *Sales* terkait *e-catalog* yang sering digunakan saat ini. Berdasarkan hasil penyuluhan (edukasi), *Sales* mempelajari cara mengakses *e-catalog* melalui handphone dengan mudah dan cepat.



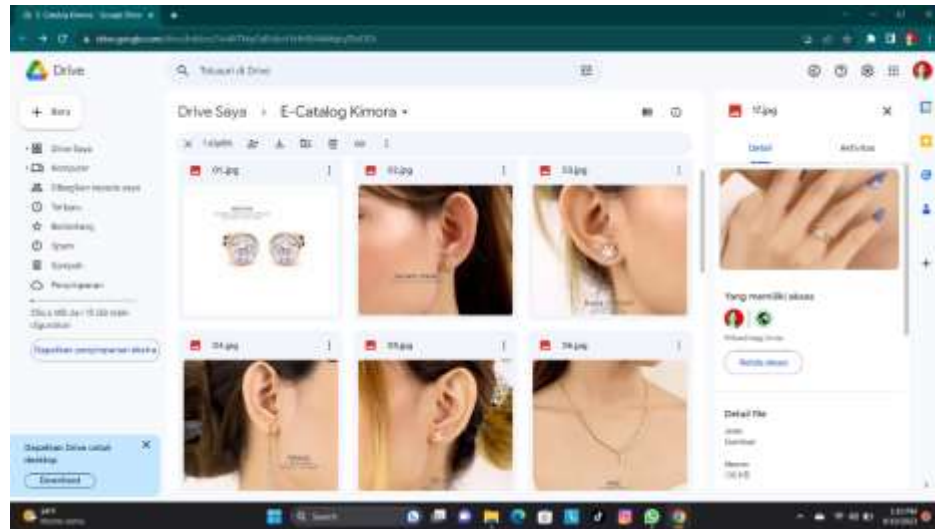
Gambar 2. Perancangan fitur dan pelatihan cara pengoperasian aplikasi *e-catalog*

Kegiatan perancangan fitur *e-catalog* dan pelatihan ini dilakukan setelah diberikan sosialisasi (edukasi) bertempat di Kimora Jewelry Cabang Canggü. Kegiatan pelatihan ini lebih banyak difokuskan pada cara mengakses *e-catalog* dengan mudah.



Gambar 3. Pendampingan dan mengarahkan dalam penggunaan media sosial.

Pada tahap ini tim pelaksana mendampingi *Sales* untuk membimbing dan juga mengajarkan penggunaan *e-catalog* sebagai alat pembantu pemahaman produk *knowledge*



Gambar 4. E-Catalog

SIMPULAN DAN SARAN

Adapun hal-hal yang dapat disimpulkan dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut.

1. Terjadi peningkatan pemahaman dalam *produk knowledge*
2. Terjadinya peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam mengakses *e-catalog*
3. Pemilik Kimora Jewelry Cabang Canggü sekarang sudah tidak mengalami kesulitan lagi dalam melatih sales dan menjelaskan produk sejak diberikannya pelatihan dan pemahaman terkait katalog online
4. Pemilik Kimora Jewelry Cabang Canggü saat ini sudah menerapkan *e-catalog* sebagai acuan dalam pemahaman *produk knowledge*. Pemilik Kimora Jewelry Cabang Canggü saat ini juga sudah bisa mengakses *e-catalog* dengan cepat dan mudah.

Adanya pemberian edukasi mengenai peningkatan *produk knowledge* melalui *e-catalog* dan Pelatihan Penggunaan *e-catalog* ini diharapkan pemilik Kimora Jewelry di Kelurahan Kuta Utara selalu menerapkan *e-catalog* untuk meningkatkan serta mempermudah karyawan dalam meningkatkan kemampuan *produk knowledge*. Serta untuk selanjutnya pemilik Kimora Jewelry diharapkan dapat melakukan update *e-catalog* sehingga menjadi lebih menarik dan semakin mudah dipahami sehingga mampu menunjang *Sales* untuk belajar lebih cepat dan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nabilah Hafizhah, Mufliha Sari, Muh. Rifqi Rayhan, Muhammad Awaluddin Yusuf, Nur Akmal. (2023). Identifikasi Penyebab Turnover Sales Force Kalla Toyota. *Jurnal Kebajikan Jurnal Pengabdian Masyarakat*, V0. 1, No. 2, Hal. 1-8.
- Purwaningtias, F. (2018). Penerapan product knowledge dan strategi upselling pada chandra tech palembang. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 3(2), 253-258.
- Wijayanti, R.R., Adhariesca.O., Supriyadi. Triwidiarti. C., & Putra. R. (2022). Peningkatan pemasaran produk melalui pelatihan e-katalog dan peningkatan kesadaran kesehatan lingkungan kerja di kelompok tani kopi sumber kembang. *Jurnal pengabdian masyarakat*, Vol.7 No 3.
- Hendroyogi.S.R., & Harsono.M. (2016). Keterkaitan antara persepsi pentingnya akreditasi rumah sakit dengan partisipasi, komitmen, kepuasan kerja dan kinerja karyawan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 18 No 2.