

Pengenalan Kualitas Informasi melalui Produk Ecoprint SMAN 20 Surabaya di Platform Online Shopee dan Instagram

Mihta Destiana & Nurhadi

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010306@studentupnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep kualitas informasi dalam pemasaran produk Ecoprint SMAN 20 Surabaya melalui platform Shopee dan Instagram. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bagian dari program asistensi mengajar KKN yang melibatkan mahasiswa sebagai fasilitator dalam proses pembelajaran. Produk Ecoprint, yang dihasilkan menggunakan teknik ramah lingkungan, dipasarkan melalui strategi digital yang meliputi pembuatan akun Shopee dan Instagram. Dalam kegiatan ini, siswa dan guru diperkenalkan dalam pembuatan deskripsi produk yang menarik, mengunggah gambar berkualitas, serta menyediakan informasi produk yang jelas. Pembuatan akun Instagram dan shopee memiliki potensi penjualan yang lebih luas. Penelitian ini menekankan pentingnya kualitas informasi dalam menarik minat konsumen pada produk yang dipasarkan secara online.

Kata Kunci: Kualitas Informasi, Pemasaran Digital, Ecoprint, Shopee, Instagram

ABSTRACT

This research aims to introduce the concept of information quality in the marketing of Ecoprint products from SMAN 20 Surabaya through the Shopee and Instagram platforms. This activity was carried out as part of the KKN teaching assistance program, which involved students as facilitators in the learning process. Ecoprint products, produced using environmentally friendly techniques, are marketed through digital strategies that include creating Shopee and Instagram accounts. In this activity, students and teachers were introduced to creating attractive product descriptions, uploading high-quality images, and providing clear product information. The creation of Instagram and Shopee accounts has the potential for a wider range of sales. This research emphasizes the importance of information quality in attracting consumer interest in products marketed online.

Keywords: Information Quality, Digital Marketing, Ecoprint, Shopee, Instagram.



PENDAHULUAN

Menurut buku pedoman MBKM Kampus Merdeka merupakan kebijakan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang bertujuan untuk mendorong mahasiswa memperoleh berbagai ilmu yang akan membantunya memasuki dunia kerja. Salah satunya program asistensi mengajar-KKN adalah program inisiatif mandiri yang diadakan oleh jurusan Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur bertujuan untuk memberikan dukungan tambahan kepada guru-guru dalam proses pembelajaran dan memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam dunia kerja nyata atau bisa disebut pembelajaran di luar kampus (Magang) yang dilakukan kurang lebih empat bulan dengan 20 konversi SKS Termasuk KKN. Program asistensi mengajar dengan konversi KKN merupakan langkah proaktif dalam menjawab perubahan dinamis dalam dunia pendidikan dan kebutuhan siswa-siswi, Perkembangan informasi dan teknologi yang semakin pesat tidak dapat dihindari dan telah menjadi bagian penting dalam proses belajar mengajar. Siregar, Nurhayani (2020).

Berdasarkan hal tersebut penulis melakukan program mengajar di SMAN 20 Surabaya yang mana pihak Program Studi Administrasi Bisnis dan pihak sekolah telah sepakat untuk membantu sekolah salah satunya menerapkan ide mahasiswa agar sekolah lebih berkembang dan manju. Ide atau gagasan mahasiswa yaitu mendukung pemasaran digital dari produk ecoprint SMAN 20 untuk lebih berkembang dengan memasarkan lewat e commers dan sosial media seperti shopee dan instagram.

Pada era digital, pemasaran melalui platform online seperti Shopee dan Instagram telah menjadi cara yang efektif guna menjangkau konsumen lebih luas. Dunia pemasaran saat ini banyak dipengaruhi oleh pesatnya perkem-

bangunan teknologi, dunia digital, dan internet. Pemanfaatan pemasaran digital memberikan pengetahuan dan pemahaman serta mendorong UMKM untuk memanfaatkan teknologi internet dan media sosial sebagai alat dalam menjalankan usahanya. (Purwana et al., 2017). Produk Ecoprint yang dihasilkan oleh siswa SMAN 20

Surabaya menjadi salah satu contoh implementasi pemasaran produk lokal melalui platform digital. Untuk memasarkan produk harus menggunakan strategi karena dikutip dari penelitian. Abdullah et al., (2021) menyatakan bahwa pemasaran adalah serangkaian rencana untuk menjangkau pasar agar suatu produk terus dikenal dan digunakan oleh konsumen. Strategi pemasaran merupakan suatu sarana untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Pemasaran digital adalah penggunaan Internet sebagai teknologi yang memungkinkan komunikasi dua arah antara bisnis dan konsumen. Pemasaran digital memanfaatkan media sosial, yang banyak digunakan oleh pemasar, untuk mempromosikan penjualan. (pardede et al., 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Richard Y. Wang dan Diane M. Strong, kualitas informasi dibagi menjadi empat dimensi utama: *Intrinsic Data Quality* (data harus benar di dalam dirinya sendiri), *Contextual Data Quality* (data harus sesuai dengan konteks tugas yang dihadapi), *Representational Data Quality* (data harus mudah dipahami dan disajikan dengan baik), serta *Accessibility Data Quality* (data harus mudah diakses oleh pengguna). Dalam konteks penggunaan media sosial seperti Instagram, kualitas informasi mungkin mencakup penggunaan gambar yang jelas dan menarik, teks (caption) yang relevan, penggunaan hashtag yang tepat, dan deskripsi produk yang lengkap serta tepat waktu untuk menarik minat pengguna dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk atau layanan yang dipasarkan. Kualitas

informasi yang baik dapat meningkatkan minat beli dan kepercayaan pembeli terhadap produk yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan guna memperkenalkan konsep kualitas informasi kepada siswa SMAN 20 Surabaya dalam konteks pemasaran produk Ecoprint melalui platform Shopee dan Instagram. Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari program asistensi mengajar KKN, di mana mahasiswa berperan sebagai fasilitator dalam proses pembelajaran tersebut..

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian di SMAN 20 ini dilakukan dengan pengenalan dan pembuatan ini menggunakan metode deskriptif. Data diambil dari berbagai penelusuran sumber seperti artikel Jurnal ilmiah, website dan laporan penelitian untuk menambah ide-ide pengembangan. Dikutip dari jurnal Zafirahana, (2021) "Menurut Sukmadinata (2011, hal. 72), penelitian dengan menggunakan metode deskriptif, baik pendekatan kuantitatif maupun kualitatif, bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena sebagaimana adanya. Dengan pendekatan praktis melalui kegiatan asistensi mengajar. Selain itu, dilakukan diskusi dengan guru untuk memahami kendala dan tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola informasi pemasaran.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Di SMAN 20 Surabaya Melalui Kegiatan Asistensi Mengajar

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Pengenalan elemen kualitas informasi seperti akurasi, relevansi, kelengkapan, dan format.

2.	Tahap Implementasi	Penerapan elemen tersebut dalam pembuatan konten pemasaran di Shopee dan Instagram.
3	Tahap Terakhir	Evaluasi konten pemasaran yang telah dihasilkan dan memberikan saran perbaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Ecoprint

SMAN 20 Surabaya adalah sekolah negeri di surabaya yang terletak di jln. Medokan Semampir merupakan salah satu sekolah menengah atas yang berkomitmen mengembangkan potensi siswa, tidak hanya dalam aspek akademis, tetapi juga melalui kegiatan kreatif dan kewirausahaan yang inovatif. Pada program P5, program unggulan yang dikembangkan sekolah ini adalah pembuatan dan pemasaran produk Ecoprint. Menurut melintas.id P5 yaitu pendekatan pembelajaran berbasis proyek, P5 memfokuskan pada penguatan kompetensi sosial dan karakter, bukan semata-mata pada pencapaian akademik. Ecoprint yang lahir dari kegiatan praktis berbasis proyek yang melibatkan siswa secara langsung. Menurut liputan6.com Ecoprinting adalah teknik tekstil yang menggunakan bahan-bahan alami seperti daun, bunga, dan kayu untuk membuat pola dan gambar pada kain.

Produk Ecoprint ini dibuat dengan teknik pencetakan alami, menggunakan daun dan tumbuhan sebagai motif. Proses pembuatannya melibatkan langkah-langkah yang ramah lingkungan, sebuah metode sederhana yang tidak menggunakan cairan kimia atau

mesin sehingga program ini tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis dalam memproduksi barang, tetapi juga menanamkan kesadaran tentang pentingnya keberlanjutan. Produk yang dihasilkan bersifat unik dan eksklusif, karena setiap motif daun yang digunakan tidak dapat direplikasi secara identik, sehingga menciptakan nilai tambah dalam hal orisinalitas. Pada tahun 2017, batik ecoprint menjadi populer di Indonesia karena dapat untuk dipadukan dengan gaya hidup masyarakat dan ramah lingkungan. Saptutyningsih, (2019).



Gambar 1. Kegiatan Pembuatan Batik Ecoprint oleh Siswa

Pengenalan Pentingnya Kualitas Informasi Pada Platform Online Shopee dan Instagram

Selanjutnya, pada tahap pemasaran produk sangatlah penting, Tujuan dari bagian

dari pemasaran adalah membantu konsumen memahami produk atau jasa yang dipasarkan atau ditawarkan. Hryanti, Sri. (2019). Untuk memasarkan dan memperkenalkan produk ecoprint lebih luas lagi kami menggunakan kualitas informasi berbasis digital yaitu memasarkan produk dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan shopee sebagai media pemasaran. Internet dan media sosial memungkinkan perusahaan untuk menjangkau konsumen potensial di berbagai lokasi geografis, tanpa batasan waktu dan ruang (Ahmas et al., 2022) sehingga menggunakan instagram dan shopee sangat cocok di terapkan. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang dimana pengguna dapat mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial. Subiyanto (2022). Sedangkan Shopee merupakan aplikasi marketplace online yang memungkinkan aktivitas jual beli dilakukan dengan mudah dan cepat di perangkat seluler, Gudianto, et, al. (2022). Shopee adalah salah satu E commers terbaik untuk mengimplementasi teknologi yang didukung dengan kecangihan. Erfiana, Windi (2023).

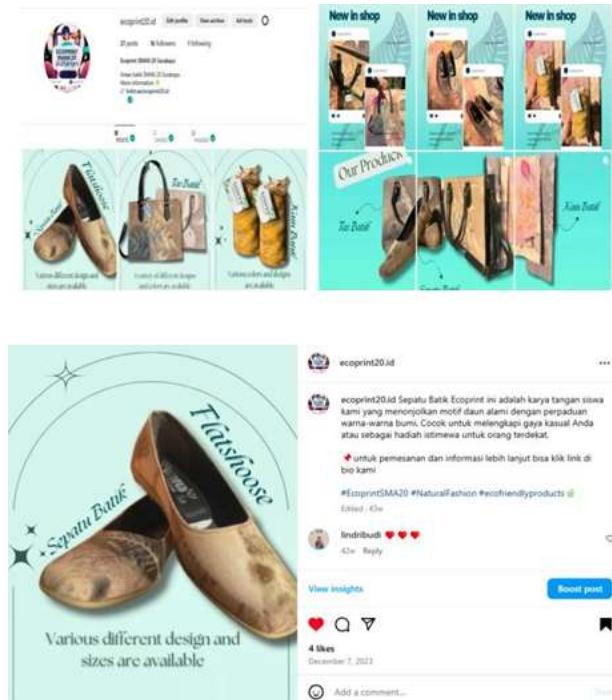
Dengan bantuan program asistensi mengajar KKN, siswa dan guru dibekali keterampilan pemasaran digital, termasuk cara meningkatkan kualitas informasi produk secara online. Melalui kegiatan ini, SMAN 20 Surabaya bertujuan untuk mengembangkan potensi siswa dalam dunia wirausaha, sekaligus membekali mereka dengan keterampilan yang relevan di era digital.

Setelah itu, mahasiswa membantu untuk melakukan pembuatan strategi pemasaran digital dalam bentuk kualitas informasi untuk memasarkan produk yang akan diajarkan pada siswa dan guru sebagai bentuk pengimple-

mentasian teknologi. Kualitas sistem dari intagram dan shopee akan menjadi daya tarik dari produk ecoprin dan memiliki kesan yang baik. Sehingga kualitas informasi dapat diartikan menjadi salah satu informasi yang dapat disajikan dengan lengkap. Kualitas informasi merupakan ukuran seberapa jelas informasi dan pengetahuan terkandung dan dikomunikasikan kepada khalayak dan masyarakat. Kartika, N. Et, al., (2021). Berikut adalah beberapa hasil yang dapat dicapai dari pelaksanaan program pemasaran:

a. Pembuatan Instagram

Akun instagram merupakan media sosial yang populer untuk digunakan dalam pemasaran digital. Instagram adalah singkatan dari konten visual yang menarik dalam bentuk foto, gambar, dan video. Costa, R.O. (2022). Oleh karena itu akun instagram dapat digunakan untuk menampilkan produk ecoprint, mempromosikan produk, dan berinteraksi dengan pelanggan.



Gambar 2. Akun Instagram Penjualan
Gambar diatas merupakan hasil pembuatan

tan dari media promosi di instagram, yang mana kualitas informasi dari produk ecoprin ini dapat lebih dijangkau oleh kalangan luas. Terdapat link pemesanan dan informasi produk, gambar dari produk yang sudah jadi, desain dan caption yang menarik serta tak lupa menggunakan hastag.

b. Link Pembelian

Link pembelian merupakan tautan yang mengarah ke halaman penjualan produk. Link pembelian dapat dibagikan di berbagai media sosial, seperti instagram dan whatsapp. Link ini kami cantumkan dalam bio Instagram agar mudah di lihat dan di jangkau oleh pengunjung, link ini berisi mengenai infomasi produk serta WhatApps untuk pembelian.

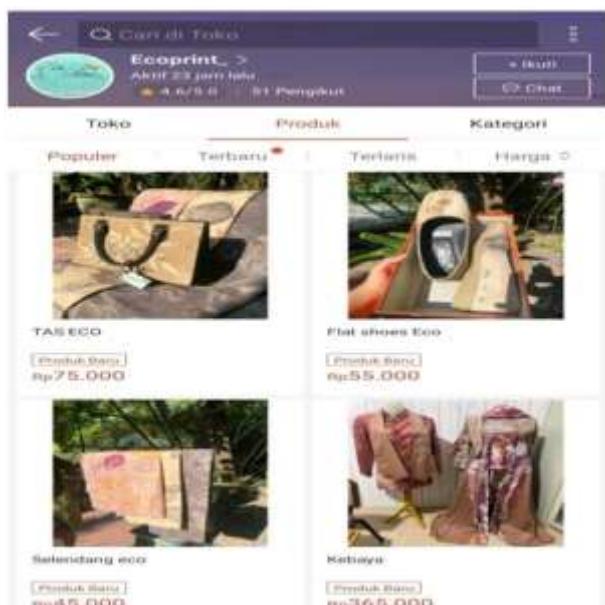


Gambar 3. Hasil Pembuatan Link Penjualan

c. Pembuatan akun Shopee

Toko online Shopee merupakan salah satu platform e-commerce yang populer di Indonesia. Proses bisnis pada sistem penjualan yang diterapkan pada aplikasi Shopee yaitu Sistem penjualan di Shopee dilakukan secara online (digital). Hal ini dapat menjadi kunci utama dalam meningkatkan perusahaan Shopee dikarenakan sistem penjualan yang dilakukan secara online sehingga, perusahaan Shopee memiliki target pasar yang luas dan dapat menjangkau semua kalangan. Samayanti, el, al. (2023). Selain itu, penjual dapat tetap melakukan transaksi jual-beli tanpa harus memiliki modal atau tempat jual. Shopee dapat digunakan untuk menjual produk ecoprint secara online. Dalam pembuatan

Instagram yang telah diisi dengan beberapa gambar produk terdapat peningkatan jumlah follower, untuk mencapai hasil yang optimal, pelaksanaan program pemasaran digital marketing ecoprint harus dilakukan secara konsisten dan terencana. Selain itu, konten yang dibagikan di media sosial harus menarik dan informatif.



Gambar 5. Akun Shopee Penjualan Ecoprint

Kegiatan pengenalan kualitas informasi melalui asistensi mengajar ini memberikan pemahaman yang signifikan kepada siswa dan guru mengenai pentingnya informasi yang tepat dalam pemasaran. Guru dapat memahami bagaimana kualitas informasi, terutama dalam hal deskripsi produk, visual, dan harga, mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk secara online.

Platform Shopee dan Instagram menjadi dua alat yang efektif untuk menerapkan pengenalan ini. Siswa dan guru belajar untuk:

- a. Membuat deskripsi produk yang menarik dan informatif.
- b. Mengunggah gambar produk yang berkualitas.
- c. Menyediakan informasi harga dan cara pembelian yang jelas.

Melalui evaluasi konten yang telah dibuat, ditemukan bahwa deskripsi yang detail dan gambar berkualitas tinggi berkontribusi pada peningkatan jumlah pengunjung ke halaman produk di Shopee dan Instagram..

KESIMPULAN

Program pengenalan kualitas informasi melalui asistensi mengajar di SMAN 20 Surabaya telah memberikan pemahaman yang signifikan mengenai pentingnya informasi yang tepat dalam pemasaran produk secara digital. Dengan menggunakan platform Shopee dan Instagram, siswa dan guru belajar untuk membuat deskripsi produk yang informatif, unggahan visual yang berkualitas, serta memberikan informasi harga yang jelas. Implementasi strategi pemasaran digital ini berhasil meningkatkan jangkauan pemasaran produk Ecoprint dan potensi penjualan yang lebih luas. Selain memberikan keterampilan pemasaran digital kepada siswa, program ini juga mendukung pengembangan kewirausahaan dan kreativitas siswa dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk lokal secara efektif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada UPN Veteran Jawa Timur khususnya prodi Administrasi bisnis yang telah menyediakan dan membimbing kegiatan asistensi mengajar KKN. Terimakasih juga disampaikan kepada pihak SMAN 20 Surabaya yang telah mendukung dan mengizinkan pelaksanaan kegiatan ini berlangsung dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. H., & Dja'wa, A. (2021). "Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Wawoangi Kec. Sampaiawa Ditengah Pandemic Covid-19". *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76–80.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1455>
- Richard Y. Wang dan Diane M. Strong. "Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers" *Journal of Management Information Systems*, 12(4) 1996 pp. 5-33
- Demonika, Shelvia Devi, Ali Mustadi, & Inang Irma Rezkillah. (2020). "Implementasi Tematik Integratif Kurikulum 2013 Di Sekolah Dasar." 2015:817–21. Implementasi Tematik Integratif Kurikulum 2013 di Sekolah Dasar | Semantic Scholar blm fix
- Website SMAN 20 Surabaya, (2008). "SMA NEGERI 20 SURABAYA MANDIRI BERPRESTASI (sman20surabaya.com)"
- Zafirahana, Mutia Rahmi. (2021). "Kajian Musikalisasi "Sang Guru" Karya Panji Sakti (Diambil Dari Puisi Karya Nurlaelan Puji Jagad Dan Diaransemen Oleh Dorry Windhu Sanjaya)" Universitas Pendidikan Indonesia, repository.upi.edu, perpustakaan.upi.edu. Microsoft Word - Repo - Chapter 3.docx (upi.edu)
- Daniera, dyra. (2023). "Mengenal Teknik Ecoprint, Alternatif Produksi Tekstil yang Ramah Lingkungan" Mengenal Teknik Ecoprint, Alternatif Produksi Tekstil yang Ramah Lingkungan Lifestyle Liputan6.com Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2020). "Buku Panduan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka". Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemdikbud RI. Buku-Panduan-Merdeka-Belajar-Kampus-Merdeka-2020 (kemdikbud.go.id)
- Melintas.id, wahyuni. (2024). "Apa Itu P5 (Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila) dalam Kurikulum Merdeka, Inilah Gambaran Ringkasnya!" Apa Itu P5 (Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila) dalam Kurikulum Merdeka, Inilah Gambaran Ringkasnya! - Melintas
- Subiyanto, Lissa Anggun. Velantin V. (2022). "Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19" *Ikon Jurnal Ilmu Komunikasi* 2022 (Universitas Persada Indonesia Y.A.I) hal 292 2621-Article Text-4201-1-10-20230102.pdf
- Gudiato, Candra. Eko S, Irwan S. (2022). "Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode S.W.O.T." Magister Sistem informasi, Universitas Kristen Satya Wacana 6 Jifotech (*Journal Of Information Technology*), 2(1), (PDF) Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode S.W.O.T. (researchgate.net)

Jurnal Sinabis
Volume 1 No 6 Desember 2025

- Hryanti, Sri. Mursito, B. Sudarwati, (2019). “Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Danar Hadi Surakarta” Prodi Manajemen Fe Uniba Surakarta, hal 145 443-1445-1-PB.pdf
- Pambudi, Bayu, dkk. (2018). “Indonesian Journal of Primary Education Pengembangan Alat Peraga IPA Dari Barang Bekas Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Dan Pemahaman Siswa Sekolah Dasar.” 2(2):2–6. 15097-31821-2-PB.pdf
- Saptutyningsih and D. T. K. Wardani. (2019). ”Pemanfaatan Bahan Alami untuk Pengembangan Produk Ecoprint Di Dukuh IV Cerme, Panjatan, Kabupaten Kulonprogo”. War. LPM, 22(1), 2019
- Saptutyningsih, Warta LPM (Ums.Ac.Id) Erfiana, Windi. Purnamasari, Devi. (2023). “Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram” Ilmu Komunikasi/Fakultas Ilmu Komputer/ Universitas Dian Nuswantoro, *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 11(2), Agustus 2023, pp.30-47. 28261-74087-3-PB.pdf
- Siregar, N., Sahirah, R., & Harahap, A. A. (2020). “Konsep kampus merdeka belajar di era revolusi industri 4.0.” *Fitrah: Journal of Islamic Education*, 1(1), 141-157.
<https://doi.org/10.53802/fitrah.v1i1.13>
- Nur Ahmas, A. A., Sutrisno, T., & Ratnasari, I. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 124.
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7625>.
- Costa, R.O. & Roomilda. (2022). “Pembuatan Konten pada Media Sosial Instagram sebagai Strategi Kreatif dalam Pengembangan UMKM” Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Abdira)*, 2(2).
[Pembuatan_Konten_pada_Media_Sosial_Instagram_sebag.pdf](#)
- Kartika, Nining. & Siska Y. (2021). “Pengaruh Kualitas Informasi dalam Media Instagram @nusatalent Terhadap Citra Nusa Talent” Universitas Muhammadiyah Jakarta, Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ. 10610-27903- 1-SM.pdf
- Damayanti, H. A. P. Dkk. (2023). “Analisis Sistem Penjualan Dan Customer Relationship Management (Crm) Pada Aplikasi Shopee” Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pradita. *Idealis: Indonesia Journal Information System*, 6(2), 75-82