

Pemanfaatan *Content Management System* (CMS) Berbasis PHP sebagai Media Digital Upaya Branding Pengenalan Diri (Personal) pada Koperasi Konsumen KPRI Pascapanen Bogor

Rahmat Tri Yunandar¹, Enok Tuti Alawiah^{2*}, Dicky Haryanto³, Helina Apriyani⁴

^{1,2,3,4}Sistem Informasi Kampus Kota Bogor, Universitas Bina Sarana Informatika, Jl. Merdeka 168 Bogor

E-mail: enok.etw@bsi.ac.id

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i4.286>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 22 May 2024

Revised: 25 May 2024

Accepted: 28 May 2024

Kata Kunci: Content Management System, KPRI Pascapanen, Personil Branding

Keywords:

Content Management System, KPRI Postharvest, Branding Personnel



ABSTRACT

Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu point penting dari Tridharma Perguruan Tinggi. Pada hakikatnya dosen merupakan fasilitator yang berperan aktif dalam kegiatan yang bermanfaat kepada masyarakat. Saat ini mitra hanya memiliki beberapa komputer dan hanya sebagian kecil staff yang mampu mengoperasikan komputer dengan baik. Masyarakat akan dapat mengenal lebih dekat peranan dan kontribusi Koperasi KPRI Pascapanen dengan membuka blog yang terdapat personal branding serta kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan oleh staff dan anggota ataupun pengurus koperasi KPRI Pascapanen Bogor. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra sasaran yaitu staff dan anggota Koperasi KPRI Pascapanen sudah dilakukan dengan memberikan pelatihan pemanfaatan *Content Management System* (CMS) berbasis PHP sebagai media digital upaya branding pengenalan diri (personal) pada Koperasi KPRI Pascapanen. Kegiatan telah dilaksanakan secara luring di Aula Sekretariat Koperasi KPRI Pascapanen. Hasil kegiatan menunjukan bahwa keterampilan dan kemampuan mitra meningkat dalam memanfaatkan *Content Management System* (CMS) Berbasis PHP Sebagai Media Digital Upaya Branding Pengenalan Diri (Personal) bagi staff koperasi KPRI Pascapanen.

Community Service is one of the important points of the Tridharma of Higher Education. In essence, lecturers are facilitators who play an active role in activities that are beneficial to society. Currently partners only have a few computers and only a small number of staff are able to operate computers properly. The public will be able to get to know more closely the role and contribution of the KPRI Pascapanen Cooperative by opening a blog which contains personal branding and activities carried out by staff and members or administrators of the KPRI Pascapanen Bogor Cooperative. Community service activities with target partners, namely staff and members of the KPRI Pascapanen Cooperative, have been carried out by providing training on the use of a PHP-based *Content Management System* (CMS) as digital media for self-introduction (personal) branding efforts at the KPRI Pascapanen Cooperative. Activities were carried out offline in the KPRI Pascapanen Cooperative Secretariat Hall. The results of the activity show that partners' skills and abilities have increased in utilizing a PHP-based *Content Management System* (CMS) as digital media for self-introduction branding efforts for KPRI Pascapanen cooperative staff.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Yunandar et al (2024). Pemanfaatan *Content Management System* (CMS) Berbasis PHP sebagai Media Digital Upaya Branding Pengenalan Diri (Personal) pada Koperasi Konsumen KPRI Pascapanen Bogor”, 2 (4) 364-369. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i4.286>

PENDAHULUAN

Saat ini pemerintah gencar melakukan kampanye yang disebut dengan gerakan Kampus Merdeka. Kampus Merdeka yang merupakan sebuah kebijakan Merdeka Belajar ini diluncurkan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi pada Januari 2020. Program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa dan dosen untuk melakukan kegiatan pengembangan diri, pengembangan potensi dan mengimplementasikan ilmu yang di dapatkan selama kuliah untuk dapat dipergunakan seluas-luasnya di industri dan di masyarakat secara umum. Hal ini sejalan dengan Tridharma perguruan tinggi berisi tiga point penting yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Pengabdian masyarakat dapat dilaksanakan di luar kampus dengan mitra-mitra yang bekerja sama untuk mengadakan pelatihan dan keterampilan khusus yang bertujuan agar membantu mitra dalam menambah wawasan keilmuan. Pengabdian Masyarakat juga bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan nyata yang dihadapi oleh Masyarakat (Haryanto et al., 2023).

Koperasi KPRI Pascapanen adalah Koperasi di bidang penyedia barang dan jasa khususnya pada sektor pertanian. Koperasi KPRI Pascapanen memiliki visi “Menjadi koperasi yang mandiri dan berdaya untuk mewujudkan kesejahteraan anggota.” dan misi “Meningkatkan partisipasi aktif dalam mendukung koperasi dengan mengembangkan produk inovatif. Memberikan layanan prima untuk kesejahteraan anggota” dengan segenap kontribusi serta peran dari seluruh anggota berkomitmen guna mengambil peran untuk membatu kemajuan dan kesejahteraan masyarakat di kota Bogor. Koperasi KPRI Pascapanen focus terhadap beberapa bidang unit usaha yaitu diantaranya perdagangan eceran alat tulis menulis dan gambar, perdagangan eceran alat laboratorium, farmasi dan kesehatan, perdagangan besar padi dan palawija, perdagangan eceran alat-alat pertanian, perdagangan eceran bahan kimia dan jasa penunjang pertanian lainnya. selain itu koperasi juga bergerak dalam usaha pendukung, diantaranya perdagangan eceran berbagai macam barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau bukan di supermarket/minimarket/tradisional, penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum, unit aktifitas penyewaan dan guna usaha tanpa hak opsi, ketenaga kerjaan, agen perjalanan dan penunjang lain, foto copy, penyiapan dokumen dan aktifitas khusus penunjang kantor lainnya, unit aktifitas professional, ilmiah dan teknis, aktifitas telekomunikasi lainnya dan usaha tambahan, diantaranya unit aktifitas keuangan dan asuransi/unit simpan pinjam konvensional.

Perkembangan teknologi informasi dan internet memudahkan terjadinya interaksi dan bertukar informasi dengan cepat. Perkembangan teknologi juga dapat bermanfaat bagi bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja usahanya (Santosa, 2009). Teknologi dapat membantu organisasi dalam meningkatkan value dan kompetensi dengan optimal (Azzahro et al., 2024). Selain itu, internet juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan citra diri atau personal branding. Setiap orang memiliki ciri yang khas pada dirinya yang dapat terlihat dari ciri fisik maupun nonfisik atau sesuatu yang melekat atasnya. Bisa juga dilihat secara fisik mulai dari bentuk wajah, postur tubuh, karakter, hingga bakat yang dimiliki. Ciri tersebut dinilai sebagai pembeda antara orang yang satu dengan yang lain. Hal tersebut pada akhirnya akan membentuk suatu keunikan diri yang tidak hanya sebagai pembeda, namun mulai dipahami sebagai upaya untuk mengembangkan diri. Termasuk di dalamnya adalah wujud eksistensi sebagai media aktualisasi diri (Pertiwi & Irwansyah, 2020).

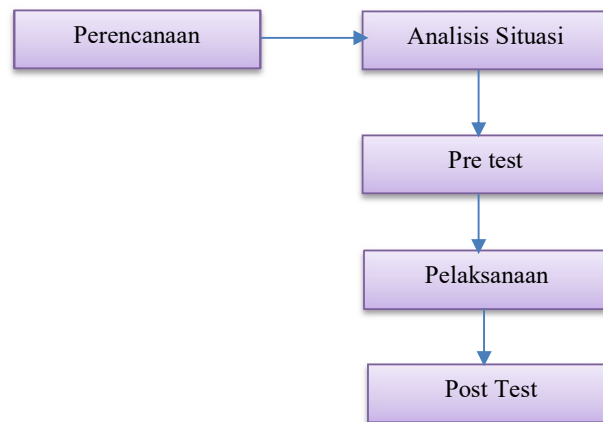
Di era digital seperti sekarang ini, personal branding menjadi hal yang begitu lumrah dilakukan. Meski personal branding sudah ada sejak era-era sebelumnya, namun di era digital inilah tahapan personal branding menjadi hal yang begitu umum dilakukan, khususnya melalui internet (Afrilia, 2018). Personal Branding adalah sesuatu tentang bagaimana mengambil kendali atas penilaian orang lain terhadap kita sebelum ada pertemuan langsung (Yunitasari & Japarianto, 2013). CMS adalah sistem yang dipakai dalam mengelola, memfasilitasi proses pembuatan, pembaruan, dan publikasi konten secara Bersama (Bisri Mustofa et al., 2022).

Koperasi Konsumen KPRI Pascapanen merupakan koperasi yang telah berbadan hukum dan telah berdiri sejak tanggal 24 Maret 2021. Bertempat di Jl. Tentara Pelajar No.12, Kampus Penelitian Pertanian, Kota Bogor, Jawa Barat. Di ketuai oleh Ibu Endang Yuli Purwani yang memiliki keanggotaan aktif sebanyak 100 orang anggota. Saat ini mitra hanya memiliki beberapa komputer dan hanya sebagian kecil staff yang mampu mengoperasikan komputer dengan baik. Sebagai wadah pengabdian berbentuk pelayanan koperasi konsumen bagi para staff dan para anggota yang berada di Kota Bogor, diharapkan perlu melakukan personal branding kepada masyarakat. Masyarakat akan

dapat mengenal lebih dekat peranan dan kontribusi Koperasi KPRI Pascapanen dengan membuka blog yang terdapat personal branding serta kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan oleh anggota ataupun pengurus. Oleh karena itu, salah satu cara untuk melaksanakan tridharma perguruan tinggi adalah dengan melakukan pengabdian masyarakat dengan mitra sasaran yaitu staff dan anggota Koperasi Konsumen KPRI Pascapanen dengan cara memberikan pelatihan pemanfaatan *Content Management System* (CMS) berbasis PHP sebagai media digital upaya branding pengenalan diri (personal) pada koperasi KPRI Pascapanen Bogor. Hal ini sejalan dengan tujuan program studi Sistem Informasi Fakultas Teknologi informasi Universitas Bina Sarana Informatika untuk menyebarluaskan ilmu sebagai bagian bentuk tanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:



Gambar 1: Metode Kegiatan

Berikut adalah tahapan kegiatan meliputi:

1. Perencanaan
Tahapan perencanaan dilakukan dengan melaksanakan koordinasi teknis mengenai rencana kegiatan yang akan dilaksanakan bersama mitra Koperasi KPRI Pascapanen. Perencanaan dilakukan untuk menentukan waktu, tema dan peralatan yang dibutuhkan dalam kegiatan yang akan dilaksanakan.
2. Analisis Situasi Mitra
Dalam tahapan ini dilakukan Analisa terhadap situasi yang terjadi pada mitra dan permasalahan yang dihadapi mitra saat ini. Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan, maka diperoleh desain perancangan Pelatihan mengenai tema yaitu pelatihan pemanfaatan *Content Management System* (CMS) berbasis PHP sebagai media digital upaya branding pengenalan diri (personal) pada Koperasi KPRI Pascapanen dengan peserta adalah staf koperasi yang aktif.
3. Pre Test
Sebelum dilakukan kegiatan, dilakukan pre test dengan sasaran mitra. Tujuan dari pre test adalah mengetahui sejauh mana pemahaman dan persepsi mitra terhadap materi yang akan diberikan pada saat kegiatan Pelatihan yang akan dilaksanakan.
4. Pelaksanaan
Pada tahapan ini dilakukan kegiatan Pelatihan pemanfaatan *Content Management System* (CMS) berbasis PHP sebagai media digital upaya branding pengenalan diri (personal) pada Koperasi KPRI Pascapanen. Pelatihan di ikuti oleh anggota koperasi KPRI Pascapanen dan dipandu oleh semua tim yang terlibat dalam kegiatan pengabdian Masyarakat.
5. Post Test
Post test dilakukan setelah kegiatan selesai dilaksanakan untuk mengetahui ketercapaian tujuan kegiatan yang di ikuti oleh mitra dan sebagai bahan evaluasi yang dilakukan oleh tim terhadap persepsi mitra dalam kegiatan Pelatihan yang telah dilaksanakan.

Kegiatan Pelatihan dilaksanakan pada hari Minggu Tanggal 19 Mei dimulai pukul 08.00 dan selesai pukul 12.00 WIB di Aula KPRI Pascaanen Bogor dan dihadiri oleh 15 orang peserta, 4 orang tim dosen serta 3 orang mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Pemanfaatan Content Management System (CMS) berbasis PHP sebagai media digital upaya branding pengenalan diri (personal) pada Koperasi KPRI Pascapanen diikuti oleh 15 orang staff koperasi KPRI Pascapanen.

Berikut adalah rangkaian kegiatan yang telah dilakukan yaitu:

1. Peserta mengisi *pre test* yang berisi berupa pertanyaan reflektif untuk mengetahui kemampuan peserta dalam memahami cara memanfaatkan Content Management System (CMS) berbasis PHP dan pengenalan diri (*personal branding*). Berdasarkan hasil jawaban yang diberikan, diperoleh bahwa Sebagian besar peserta belum memahami cara penggunaan Content Management System untuk melakukan personal branding.
2. Selanjutnya tutor menyampaikan materi mengenai Content Management System dan implementasi aplikatif menggunakan blogger sebagai media gratis yang dapat digunakan sebagai personal branding dengan berbagai manfaat diantaranya pengelolaan dashboard yang mudah, fasilitas yang lengkap serta tampilan user interface yang user friendly. Tampilan blogger bisa memuat berbagai artikel dalam upaya branding pengenalan diri Koperasi KPRI Pascapanen agar lebih dikenal masyarakat.
3. Tutor menjelaskan cara membuat konten personal branding, membuat artikel, unggah foto, unggah video dan materi lainnya yang terkait dengan upaya branding yang dapat dilakukan oleh pengurus koperasi KPRI Pascapanen secara mudah.
4. Tutor memberikan kesempatan kepada peserta untuk mencoba membuat langkah-langkah pengelolaan dengan mudah menggunakan content management system dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya mengenai materi yang belum dipahami dengan jelas.
5. Di akhir sesi, tutor melakukan review materi dan menyebarkan post test dalam bentuk kuesioner sebagai bentuk evaluasi terhadap kegiatan Pelatihan yang telah dilakukan.

Berikut adalah dokumentasi kegiatan Pelatihan yang telah dilakukan:



Gambar 2. Sambutan Ketua
KPRI Pascapanen Dr.Ir.
Endang Yuli Purwani M.Si



Gambar 3. Penjelasan Materi
oleh Tutor



Gambar 4. Dokumentasi
kegiatan pelatihan

Berikut ini adalah capaian yang diperoleh mitra berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan yaitu:

1. Terjadi peningkatan pengetahuan mitra dalam pemahaman dalam materi Pemanfaatan Content Management System (CMS) berbasis PHP dan pengenalan diri (*personal branding*) sebesar 90 persen.
2. Kegiatan ini menambah keterampilan mitra dalam Pemanfaatan Content Management System (CMS) berbasis PHP dan pengenalan diri (*personal branding*) sebesar 80 persen dalam memahami materi personal branding, penggunaan blogger, manfaat blogger dan penggunaan tools blogger dengan mudah.
3. Kemampuan Pengetahuan Mitra meningkat 80% dalam menggunakan blogger sebagai aplikasi content management system dalam upaya pengenalan diri (*personal branding*) bagi Koperasi KPRI Pascapanen.

SIMPULAN

Koperasi Konsumen KPRI Pascapanen adalah koperasi yang telah berbadan hukum dan telah berdiri sejak tanggal 24 Maret 2021. Koperasi berlokasi di Jl. Tentara Pelajar No.12, Kampus Penelitian Pertanian, Kota Bogor, Jawa Barat. Koperasi dipimpin oleh Ibu Endang Yuli Purwani yang memiliki anggota aktif sebanyak 100 orang anggota. Saat ini mitra hanya memiliki beberapa komputer dan hanya sebagian kecil staff yang mampu mengoperasikan komputer dengan baik. Permasalahan saat ini koperasi belum memiliki pengenalan diri (*personal branding*) agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan Pelatihan kepada pengurus Koperasi KPRI Pascapanen dalam pemanfaatan Content Management System (CMS) berbasis PHP sebagai media digital upaya branding pengenalan diri (*personal*) pada koperasi KPRI Pascapanen Bogor

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan hasil capaian kegiatannya adalah terjadi peningkatan pengetahuan mitra dalam pemahaman dalam materi Pemanfaatan Content Management System (CMS) berbasis PHP dan pengenalan diri (*personal branding*), keterampilan mitra dalam Pemanfaatan Content Management System (CMS) berbasis PHP dan pengenalan diri (*personal branding*) dan Kemampuan Pengetahuan Mitra meningkat 80% dalam menggunakan blogger sebagai aplikasi content management system dalam upaya pengenalan diri (*personal branding*) bagi Koperasi KPRI Pascapanen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ketua KPRI Pascapanen Dr.Ir. Endang Yuli Purwani M.Si dan seluruh pengurus KPRI Pascapanen yang telah bekerja sama dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini.

REFERENSI

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>
- Azzahro, F., Saputra, I., Amsury, F., & Fahdia, M. R. (2024). Pengabdian kepada masyarakat dasar dan kegunaan website di RW013 Cipinang Melayu Jakarta Timur. *GENDIS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–4. <https://doi.org/10.56724/gendis.v2i1.258>
- Bisri Mustofa, M., Shiddiq, F., Miftakhudin, K., Rahmawati, H., & Wuryani, S. (2022). Utilization of Social Media in Building Personal Branding for Career Women in the Society 5.0 Era. *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 16(1), 2548–9496.
- Haryanto, D., Alawiah, E. T., Yunandar, R. T., & Apriyani, H. (2023). Pelatihan Digital Marketing dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Anggota Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 335–340. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.185>
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15–30. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>

- Santosa, B. (2009). Pemanfaatan Content Management System (Cms) Sig Untuk Penyajian Data Hasil Pemilu. *Semnasif UPN Veteran Yogyakarta, 2009(semnasIF)*, 121–130.
- Yunitasari, C., & Japariato, E. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 1*(1), 1–8.