
**PENGABDIAN MASYARAKAT PADA UMKM TOKO SUKU CADANG MOTOR DEREK
CUSTOM DI JL. LINGKAR BANJAR DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN TEKNOLOGI
MARKET PLACE SHOPEE**

^{1*}Steven Jordan Alvaro, ²Dika Argiyan Syah, ³muhammad Randika Agusti, ⁴Prasetyo Harisandi

Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

steven2jordan@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i1.544>

Dipublikasikan: 06 Juni 2024

ABSTRAK

Saat ini para pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu kegiatan pemasaran produknya agar konsumen semakin mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UKM yang memiliki koneksi internet, berinteraksi dengan media digital, dan mengembangkan bisnis e-commerce mereka sendiri biasanya merasakan manfaat bisnis yang signifikan dalam hal pendapatan, peluang kerja, inovasi, dan daya saing. Menggunakan metode ceramah tentang pentingnya e-commerce dalam pengembangan UMKM. Petunjuk cara membuat akun bisnis di Instagram nantinya akan dibagikan kepada akun bisnis yang sudah ada agar lebih menarik. Memberikan pelatihan penggunaan media digital dalam memasarkan produk komersial. Memberikan tutorial cara membuat toko di shopee yang dapat memperluas jangkauan pemasaran online dan target pasar. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini, pelaku UMKM yang sebelumnya belum mengetahui atau memahami pemanfaatan digital marketing dan belanja online kini mulai memasarkan produknya secara online. Ketika konsumen memahami pentingnya mengambil foto produk untuk meningkatkan daya tariknya, konsumen akan merasakan dorongan untuk membeli produk mereka secara online.

Kata Kunci: Pengembangan dan Pendampingan, Digital Marketing, Market Place Shopee, UMKM Otomotif

ABSTRACT

Currently, UMKM players must be able to utilize digital media as one of their product marketing activities so that consumers are increasingly familiar with the products produced by these UMKM. UKM that have an internet connection, interact with digital media, and develop their own e-commerce business usually experience significant business benefits in terms of revenue, employment opportunities, innovation, and competitiveness. Using the lecture method on the importance of e-commerce in the development of UMKM. Instructions on how to create a business account on Instagram will be shared with existing business accounts to make them more attractive. Providing training on the use of digital media in marketing commercial products. Providing tutorials on how to create a shopee store that can expand online marketing reach and target markets. Based on the results obtained from this service activity, UMKM players who previously did not know or understand the use of digital marketing and online shopping are now starting to market their products online. When consumers understand the importance of taking product photos to increase their attractiveness, consumers will feel the urge to buy their products online.

Keywords: Development Assistance, Digital Marketing, Market Place Shopee, Automotive UMKM

PENDAHULUAN

Dunia bisnis sebagai arena pemasaran berubah dari waktu ke waktu, dan sebagaimana ilmu pengetahuan bersifat dinamis dan selalu berubah, perubahan dalam dunia pemasaran tidak dapat dihindari. Kehadiran teknologi informasi yang semakin canggih telah memperluas proses pemasaran di perdagangan di Internet. Di era jejaring sosial, paradigma pemasaran telah berubah dari pemasaran tradisional (offline) menjadi pemasaran modern (online). (S. D. Setiawati et al., 2022)

Perdagangan online adalah fenomena bisnis baru. Salah satu manfaat Internet adalah memberikan kita kesempatan untuk menampilkan dan memasarkan produk dan layanan yang kita tawarkan. Dari segi finansial, pemasaran online sangat menjanjikan dalam hal peningkatan keuntungan operasional. Penguatan dan pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan inisiatif pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. (I. Setiawati & Widyartati, 2017)

Menurut (Jannatin et al., 2020) saat ini, para pelaku UMKM harus mampu memanfaatkan media digital sebagai kegiatan pemasaran produknya agar konsumen semakin mengenal produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang online, berpartisipasi dalam media digital, dan mengembangkan kemampuan e-commerce biasanya menikmati keuntungan bisnis yang signifikan dalam hal pendapatan, peluang kerja,

inovasi, dan daya saing. Namun masih banyak UMKM yang belum mengadopsi teknologi informasi khususnya penggunaan media digital, serta belum memahami besarnya manfaat dan peran penggunaan media digital.

Salah satu E-commerce yang paling banyak digunakan untuk penjualan online selama periode ini adalah Shopee. Dilengkapi dengan fitur promosi yang memudahkan para penjual dalam mengoptimalkan aktivitas bisnisnya Pada September 2023, tercatat 237 juta kunjungan di website Shopee, meningkat sekitar 38% dibandingkan posisi awal tahun. (Ahdiat, 2023)

Adapun Mitra dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah “Derek Custom” yang bergerak dalam bidang usaha otomotif dan berfokus berjualan suku cadang motor yang beralamat di Jl. Lingkar Banjar, RT1/RW1 dan telah berdiri sekitar 3 tahun. Derek custom menjual suku cadang untuk berbagai macam merek kendaraan motor seperti Honda, Yamaha, dan Suzuki. Usaha jual beli suku cadang ini sendiri belum menjual barang dagangnya secara online, sehingga target pasar Derek custom masih untuk masyarakat wilayah banjar saja, Oleh karena itu, diperlukan pendampingan untuk lebih mengembangkan bisnis dan sistem pemasaran dengan menggunakan e-commerce. Jika penggunaan marketplace ini berfungsi efektif maka penjualan pemasaran produk akan meningkat, target pasar akan berkembang, dan kemungkinan mencapai tujuan yang diinginkan tidak akan terganggu.

METODE PELAKSANAAN

Menggunakan metode ceramah tentang pentingnya peran dan pemanfaatan e-commerce dalam pengembangan bisnis UMKM khususnya dalam meningkatkan kegiatan promosi. Oleh karena itu, diharapkan para pemangku kepentingan UMKM menyadari betapa besarnya pengaruh dan pentingnya penggunaan e-commerce di era saat ini. Selanjutnya memberikan praktek langsung disertai tutorial pembuatan akun di Shhoopee serta pemahaman tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang disediakan untuk mempromosikan produk mereka. Memberikan pemahaman tentang pengambilan foto produk yang nantinya akan di unggah di foto produk shoopee agar lebih menarik.



Gambar 1 : Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Metode pelaksanaan pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat terdiri dari 5 Tahapan. Tahapan pertama Melakukan adalah survei lokasi UMKM yang akan diberi Pelatihan, tahap kedua adalah Bekerjasama dengan Mitra untuk menentukan tanggal pelaksanaan pelatihan dan lokasi untuk dilaksanakannya pelatihan, tahap ketiga adalah mempersiapkan materi dan prasarana penunjang untuk sosialisasi dan praktek pembuatan toko merchant di shoopee, tahap keempat adalah pelaksanaan pelatihan, yang diadakan pada tanggal 17 April 2024 di jalan Lingkar Banjar di rumah pemilik Derek Custom, tahap kelima Evaluasi Hasil Pelatihan dan praktek pembuatan akun Merchant Shoopee Mitra telah berhasil mencapai tujuannya. Para mitra telah mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan Shoopee. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan mereka.

HASIL KEGIATAN

Hasil yang diperoleh melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk “Pengabdian Masyarakat Pada UMKM Toko Spare part motor Derek Custom Di Jl. Lingkar Banjar Dalam Mengimplementasikan Teknologi Market Place Shoopee” yang kami laksanakan berupa laporan hasil kegiatan pada setiap penempatan. tahapannya adalah sebagai berikut:

Pertama Survei Lokasi dan Berkoordinasi dengan pihak UMKM pada hari Minggu tanggal 14 April 2024 sebagai mitra pengabdian masyarakat untuk menetapkan hari dan waktu yang tepat untuk pelatihan yang optimal dan tepat sasaran. Tanggal yang disepakati adalah Rabu, 17 April 2024 pukul 16:00 - 18:00 WIB. Hari dan jam ini akan ditentukan sesuai dengan kesiapan UKM sebagai mitra layanan. Selain itu, dari hasil koordinasi diketahui ada dua peserta yaitu tenaga penjualan dan pemilik perusahaan UMKM sendiri.

Kedua Persiapan pelatihan pada tanggal 15 April 2024, persiapan dalam hal ini meliputi materi yang akan disampaikan pada sesi ceramah, persiapan pembicara, dan persiapan penunjang lainnya.

Ketiga Pelatihan akan berlangsung pada 17 April 2024 pukul 16.00 WIB. Pelatihan tersebut memuat materi tentang pentingnya penerapan dan pemanfaatan e-commerce yang disampaikan oleh salah satu tim penceramah. Sesi tersebut berlangsung sekitar 30 menit dan dihadiri oleh beberapa karyawan dan pemilik usaha UMKM.

Keempat Pelatihan akan berlangsung pada hari dan waktu yang sama Rabu, 17 April 2024 pukul 16:30 - 17:30 WIB, dengan materi latihan dan tutorial membuat toko merchant di shopee, serta tips pengelolaan toko ,deskripsi produk dan fotografi produk terlihat menarik. Lalu bagaimana cara unggah produk jualan di shopee.

Kelima Evaluasi Hasil dilaksanakan di penghujung acara dapat disimpulkan bahwa mitra telah mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan Shopee. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan mereka.

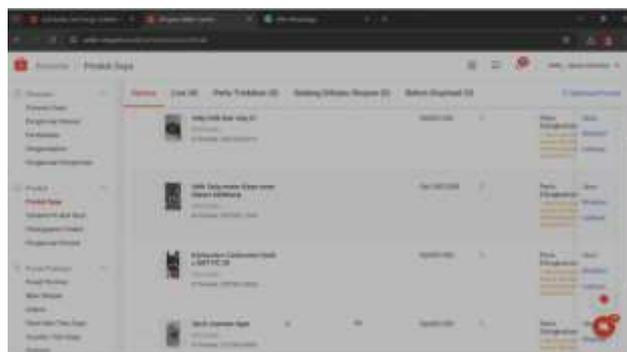
Terakhir, kegiatan pengabdian diakhiri dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari tim kegiatan pengabdian kepada mitra pengabdian dengan harapan dukungan dalam penggunaan media digital ecommerce dapat bermanfaat bagi perkembangan usaha UMKM kedepannya. Kegiatan berakhir pada pukul 18:00 WIB.



Gambar 2. Tutorial pembuatan dan pengelolaan akun shopee



Gambar 3. Tutorial Fotografi Produk



Gambar 4. Screenshoot Akun toko shopee Mitra

KESIMPULAN

Hasil yang dicapai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk “ Pengabdian Masyarakat Pada UMKM Toko Spare part motor Derek Custom Di Jl. Lingkar Banjar Dalam Mengimplementasikan Teknologi Market Place Shopee “ memastikan di era modern saat ini, para pelaku UMKM akan mampu

memanfaatkan digital marketing, Internet dan e-commerce untuk keperluan mempromosikan produk yang mereka tawarkan kepada banyak konsumen yang lebih mengenal produknya.

Dengan memanfaatkan pemasaran digital dan e-commerce, pelaku UMKM dapat memasarkan produknya secara online dan memproses transaksi pembayaran secara online, menghemat waktu, sehingga lebih nyaman dan cepat.

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang penting di Indonesia bagi pertumbuhan perekonomian negara, namun sayangnya masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami dampak besar dari penggunaan digital marketing dan E-commerce dalam melakukan pemasaran online.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini, para pelaku UMKM yang sebelumnya belum mengetahui atau memahami pemanfaatan digital marketing dan belanja online kini mulai memasarkan produknya secara online. Dengan memahami pentingnya fotografi produk agar menarik, konsumen akan merasa terpanggil untuk membeli produknya secara online dan offline. ecommerce yang digunakan adalah Shopee. Dengan memberikan panduan pengetahuan dan praktis tentang cara menggunakan dan memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan, dapat lebih mengoptimalkan operasional bisnis UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). *Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?* Data Books. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>.
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
- Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>.
- Kumala, D., Was' an, G. H., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Digital Produk Pakan Ternak pada UMKM Tegal Salam Feed, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(1), 61-66.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5. <file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf>
- Setiawati, S. D., Diniati, A., & Sutarjo, M. A. S. (2022). *KOMPETENSI KOMUNIKASI DIGITAL SEBAGAI DASAR ADAPTASI DIGITAL MARKETING*. E-ISSN 2986-2892.
- Sumilah, N., Jumiyati, J., Fuadyah, I., & El Hasan, S. S. (2023). Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan untuk UMKM di Tanjung Sari. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 7-11.