
**PENGABDIAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL
MENGUNAKAN ECOMMERCE SHOPEE PADA UMKM MAJUN JAYA DI KP. PASIR POGOR
RT/RW 009/005 DS. NAGACIPTA KEC. SERANG BARU KAB. BEKASI**

^{1*}**Anisah istiqomah, Dewi kartika, Occha Putrie Safira**
Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, Indonesia
annisaistiqomah02@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i1.552>

Dipublikasikan: 06 Juni 2024

ABSTRAK

Saat ini pemanfaatan teknologi Internet menjadi salah satu cara untuk mendorong berkembangnya pasar UMKM karna Di era yang serba digital ini sudah sepatutnya pelaku UMKM memasarkan produknya melalui digital marketing agar produk yang dihasilkan bisa dikenal oleh konsumen secara luas. Strategi pemasaran digital Menggunakan e-commerce shopee sebagai alat pemasaran online memiliki beberapa manfaat bagi penjual. Diantaranya fleksibilitas waktu, tidak ada biaya operasional, tidak perlu beriklan karena platform marketplace memiliki strategi periklanan tersendiri, tidak ada biaya sewa, dan pengguna hanya perlu mendaftarkan toko onlinenya. Metode pelaksanaan dilakukan dengan sosialisasi dan pelatihan melalui pemaparan materi, pelatihan pembuatan akun merchant shopee, pengambilan gambar dan deskripsi produk serta melakukan live streaming dan pengelolaan akun. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini mitra sebagai pelaku UMKM Majun jaya yang sebelumnya belum mengetahui tentang pemasaran digital dan manfaat penjualan melalui e-commerce shopee kini mulai memasarkan produknya menggunakan e-commerce.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Pelatihan, E-Commerce Shopee

ABSTRACT

Currently, the use of Internet technology is one way to encourage the development of the MSME market because in this digital era, it is appropriate for MSME players to market their products through digital marketing so that the products produced can be widely known by consumers. Digital marketing strategy Using Shopee e-commerce as an online marketing tool has several benefits for sellers. These include time flexibility, no operational costs, no need for advertising because the marketplace platform has its own advertising strategy, no rental fees, and users only need to register their online shop. The implementation method is carried out by socializing and training through material presentation, training on creating a Shopee merchant account, taking pictures and product descriptions as well as conducting live streaming and account management. The results obtained from this community service activity are partners as Majun Jaya MSME actors who previously did not know about digital marketing and the benefits of selling through e-commerce Shopee are now starting to market their products using e-commerce.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Training, Shopee E-Commerce.

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah mengubah secara drastis cara bisnis berinteraksi dengan konsumen. Berkat Internet, konsumen dapat menganalisis harga, membandingkan kualitas produk, dan bahkan membuat penilaian objektif berdasarkan pendapat konsumen lain di komentar. Perkembangan teknologi, khususnya Internet, mempengaruhi banyak bidang kehidupan, termasuk perdagangan. perdagangan sedang mengalami perubahan dalam proses jual beli dan pemasaran produk. Proses transaksi ini lebih dikenal dengan sebutan perdagangan elektronik atau disingkat e-commerce. E-commerce mengacu pada distribusi, penjualan, pembelian dan pemasaran barang atau jasa berdasarkan sistem elektronik seperti Internet, televisi dan jaringan teknologi lainnya. Banyak perubahan pada e-commerce ini terkait proses transaksi. Proses jual beli tradisional memerlukan pertemuan tatap muka antara pembeli dan penjual, namun dengan e-commerce hal tersebut tidak lagi diperlukan. Pembeli dapat melakukan transaksi tanpa bertemu di kota lain, dan komunikasi dapat dilakukan melalui Internet (Waziana et al., 2022)

Strategi pemasaran digital Menggunakan e-commerce sebagai alat pemasaran online memiliki beberapa manfaat bagi penjual. Diantaranya fleksibilitas waktu, tidak ada biaya operasional, tidak perlu beriklan karena platform marketplace memiliki strategi periklanan tersendiri, tidak ada biaya sewa, dan pengguna hanya perlu mendaftarkan toko onlinenya. peningkatan penjualan, layanan dan promosi, dll. (Desiani et al., 2021)

Kenyamanan fungsi e-commerce dan dampak positif dalam mendukung pengembangan bisnis seharusnya mendorong para pelaku UMKM untuk mempertimbangkan mengembangkan bisnis melalui ecommerce,

namun tidak semua pelaku UMKM mampu menggunakan e-commerce terutama shopee. Ada beberapa alasan mengapa pelaku UMKM dan masyarakat umum tidak tertarik untuk memulai bisnis online. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman tentang pembuatan dan pengelolaan akun Shopee. (Kusuma & Maura, 2021) Oleh karena itu, perlu memberikan pelatihan kepada Pelaku UMKM tentang pembuatan dan pengelolaan akun shopee.

Para pelaku UMKM yang terhambat oleh kurangnya pengetahuan dalam pemasaran digital dihimbau untuk dapat memanfaatkan teknologi agar masyarakat umum dapat mengikuti kegiatan pelatihan agar para pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi internet dalam menjalankan usahanya. Dikarenakan era digital ini tidak bisa dihindari. Para pebisnis atau pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan perkembangan digital secara maksimal karena bisa menjual produknya secara online. (Kelurahan & Temanggung, 2021)

Saat ini pemanfaatan teknologi Internet menjadi salah satu cara untuk mendorong berkembangnya pasar UMKM, dengan dukungan kelompok usaha dan pelaku ekonomi yang fokus pada sektor sosial. Oleh karena itu perlu adanya wadah untuk menampung produk-produk UMKM dalam bentuk produk, sehingga terjadi peningkatan pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan dan berkembangnya industri UMKM di tanah air. (Fitriyana et al., 2021).

Aplikasi Shopee merupakan salah satu e-commerce yang mana memanfaatkan peluang bisnis dengan memaksimalkan segmen pasar mobile sehingga mempermudah proses transaksi dalam jual beli. (Sulistiyawati & Widayani, 2020). Menurut (Pinariya et al., 2021) Pada penyampaian dasar-dasar pemasaran digital, termasuk teknik fotografi, pembuatan konten, dan strategi pemasaran di media digital dan platform e-commerce.

Selama ini dengan semakin maraknya penggunaan aplikasi belanja online yang ada, aplikasi Shopee menjadi salah satu aplikasi baru yang tersedia di Indonesia. Sebelumnya sudah ada beberapa aplikasi serupa, namun kini Shopee hadir dengan lebih banyak fitur dan transaksi menggunakan e-money yang aman untuk digunakan konsumen dalam bertransaksi. Shopee menyediakan layanan elektronik yang merupakan sistem yang terintegritas serta aman sehingga memberikan kepercayaan pada konsumen. (Nilasari, 2019). Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menghindari risiko tinggi dalam bertransaksi online.

Oleh karena itu, mitra kami pada pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah UMKM Majun yang mengolah limbah kain konveksi menjadi lap bersih yang beralamat di kp. pasir pogor rt/rw 009/005 Ds. Nagacipta Kec. Serang baru Kab. Bekasi. Majun jaya menjual kain lap majun dengan berbagai motif kain yang diproduksi sendiri oleh mitra dan dijual dengan harga kiloan. Usaha kain lap majun ini belum pernah menjual produknya melalui e-commerce dan secara online. Sehingga target pasar dari majun jaya masih disekitar kecamatan serang saja. Oleh sebab itu dibutuhkan pendampingan dan pengarahan untuk mengembangkan usaha dan strategi pemasaran menggunakan e-commerce. Dan apabila penggunaan e-commerce berjalan dengan baik maka akan meningkatkan penjualan, target pasar yang berkembang serta dikenal secara luas diluar daerah serta pemasukan yang meningkat.

1. Permasalahan mitra

Untuk permasalahan yang di alami UMKM Majun jaya ini sendiri bisa dikatakan cukup produktif secara ekonomi namun masih secara konvensional. Dimana mitra belum pernah memasarkan produknya secara online. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman dan pemanfaatan smartphone sebagai sarana pemasaran produk. Sehingga bisnis Majun jaya hanya di ketahui oleh masyarakat sekitar tempat usaha dan konsumen yang sudah berlangganan cukup lama saja. Oleh sebab itu dibutuhkan dukungan dan pelatihan untuk memanfaatkan smartphone sebagai sarana pemasaran online agar usaha majun jaya lebih berkembang dan profit yang meningkat..

2. Tujuan

- a. Meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran secara online
- b. Meningkatkan keterampilan mitra untuk melakukan penjualan melalui e-commerce shopee
- c. Memberikan motivasi agar mitra semangat untuk mengembangkan usahanya.

METODE PELAKSANAAN

Metode ini dilakukan dengan metode sosialisasi serta pelatihan yang dilaksanakan secara langsung dilokasi usaha mitra. Pelaksanaan kegiatan dilakukan oleh mahasiswa program studi kewirausahaan Universitas pelita bangsa. kegiatan ini berisi penyampaian materi tentang e-commerce dan tutorial membuat akun merchant shopee.

1. Pra kegiatan

Kegiatan ini dimulai dengan survey lokasi usaha mitra, kemudian melakukan diskusi permasalahan yang dihadapi mitra untuk memperluas jangkauan pasar, kemudian membuat program untuk pelatihan dan tutorial membuat akun merchant, setelah itu berkoordinasi dengan mitra untuk menentukan waktu serta jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan.

2. Kegiatan / Praktek

Kegiatan ini melakukan sosialisasi serta pelatihan membuat akun merchant shopee, dengan mitra menyiapkan smartphone dan mengikuti tutorial yang diberikan oleh mahasiswa, serta diiringi sesi tanya

jawab. Kemudian pelatihan pengambilan gambar produk dan membuat keterangan produk, dan pelatihan melakukan live streaming pada aplikasi shopee. Kegiatan ini dilaksanakan kurang lebih dalam waktu dua jam dan pada hari minggu tanggal 21 April 2024.

3. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan setelah sesi pelatihan selesai, dengan memberi beberapa pertanyaan kepada mitra. Pada sesi monitoring ini mitra dipersilakan menyampaikan jika terdapat kesulitan pada saat pendaftaran akun shopee atau untuk pengelolaan akun.

HASIL KEGIATAN

Hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertema “Pemberdayaan Masyarakat melalui pelatihan pemasaran digital menggunakan E-commerce shopee pada UMKM Majun Jaya di kp. pasir peger rt/rw 009/005 Ds. Nagacipta Kec. Serang baru Kab. Bekasi.”



Gambar 1 lokasi UMKM Majun Jaya

1. Pra kegiatan

a. Survey lokasi

Pada tahap ini Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas Pelita Bangsa Mengunjungi lokasi usaha majun untuk melakukan survey lokasi yang akan digunakan untuk sebagai tempat pelatihan. Lalu mengunjungi tempat produksi majun dan packing.

b. Diskusi permasalahan

Mewawancarai mitra akan permasalahan yang ada pada usaha majun dan mendiskusikan tentang beberapa cara untuk mengembangkan produk secara online, serta penyelesaian masalah yang dilakukan dengan persetujuan mitra untuk melakukan pelatihan pemasaran produk melalui e-commerce shopee.

c. Membuat program

Kami menyusun materi yang akan disampaikan serta menyiapkan tutorial yang mudah untuk disampaikan kepada mitra

d. Menentukan waktu dan jadwal kegiatan

Berkoordinasi dengan mitra mengenai waktu pelaksanaan kegiatan dan menyampaikan kegiatan apa saja yang akan dilakukan

2. Kegiatan pelatihan dan praktek

a. Penyampaian materi

Pada tahap ini mahasiswa memberikan sedikit penjelasan mengenai pemasaran digital melalui e-commerce shopee serta cara pengelolaan akun.

b. Pelatihan pembuatan akun merchant shopee

Mitra menyiapkan smartphone yang sudah terinstal Aplikasi shopee lalu mahasiswa memberikan tutorial mengenai tahapan pembuatan akun, Pengambilan gambar, deskripsi produk, dan melakukan live streaming.



Gambar 1 pelatihan pembuatan akun merchant shopee

Setelah mitra memahami dasar-dasar e-commerce, mitra mendapatkan pelatihan dan dukungan tambahan mengenai detail teknis tentang pengoperasian akun Shopee. Pada tahap ini, mitra akan dibimbing melalui proses pendaftaran, pembuatan deskripsi produk, promosi, berbicara dengan pelanggan melalui jalur chat, menambah dan menghapus ketersediaan produk, cara pengemasan yang benar, dan cara pengiriman produk melalui kurir. Serta memperoleh pemahaman praktis tentang proses pembayaran/ Dengan penarikan tunai.



Gambar 3 tampilan toko UMKM Majun jaya



Gambar 4 pelatihan live streaming di aplikasi shopee

Pada proses pelatihan live streaming mitra diarahkan untuk mencoba berbagai fitur dalam live streaming, seperti menggunakan kolom chat untuk berinteraksi secara realtime dengan customer, keranjang belanja langsung, voucher dan diskon dan game interaktif agar meningkatkan engagement dan membuat live streaming lebih menarik.



Gambar 5 pelatihan foto produk

Selain fokus pada pemasaran produk, mitra juga mendapatkan pelatihan dan dukungan lainnya, serta kegiatan pendukung kesuksesan produk UMKM Majun Jaya dalam pengambilan foto produk. Dalam kesempatan ini UMKM Majun Jaya mendapatkan tips dan trik memotret angel yang baik dengan menyediakan kamera smartphone dan mencari pencahayaan yang baik atau menyediakan mini studio dan lighting agar kualitas foto yang dihasilkan tetap tinggi.

3. Monitoring dan evaluasi

Pada tahap ini mitra dipersilahkan bertanya atau menceritakan tentang apakah ada kesulitan selama proses pelatihan. Kemudian mitra menceritakan mengenai kekakuan dalam menggunakan aplikasi Shopee karena belum terbiasa. Oleh sebab itu kami melakukan pemantauan berkelanjutan melalui Shopee maupun bertanya langsung kepada mitra. Melalui pelatihan ini mahasiswa dan UMKM Majun Jaya mendapatkan tambahan wawasan dan informasi baru untuk menjalankan usaha online dengan menggunakan e-commerce Shopee. Hasil evaluasi yang dilakukan mitra memahami pentingnya pemasaran secara online untuk pengembangan usaha dan kesiapan untuk berjualan menggunakan e-commerce Shopee. Hasil ini sesuai dengan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait penggunaan aplikasi Shopee untuk meningkatkan penjualan dan minat bisnis secara online.

4. Luaran dan target capaian

Luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan pelatihan pembuatan akun e-commerce Shopee adalah kemampuan mitra dalam penggunaan dan pengelolaan akun untuk mengembangkan jangkauan pasar melalui marketplace sehingga bisa menjadi lebih produktif dan memiliki daya saing meskipun dalam usaha skala kecil dan mampu menjaga kestabilan usaha di era digital ini.

UMKM yaitu dengan menjual barang yang bernama majun (kain lap) yang bermanfaat untuk mengelap suatu barang, dengan menaruhnya di e-commerce tersebut mitra kita jadi lebih mudah memasarkannya daripada berjualan langsung di daerah sekitarnya, karena dengan e-commerce ini jangkauan orang mengetahuinya sangat luas.

KESIMPULAN

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat dan Pelatihan yang dilakukan secara langsung ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan membantu mitra untuk mengembangkan usahanya menggunakan e-commerce Shopee beserta fitur-fitur yang tersedia. Dan diharapkan para pelaku UMKM akan mampu memanfaatkan pemasaran digital.

Strategi pemasaran digital menggunakan e-commerce sebagai alat pemasaran online memiliki manfaat bagi para pelaku UMKM. Diantaranya fleksibilitas waktu, tidak ada biaya operasional sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi UMKM dan customer.

Saran yang dapat diberikan adalah dengan membuat pelatihan khusus penggunaan aplikasi e-commerce lainnya, sehingga memudahkan pelaku UMKM atau masyarakat umum dalam mengembangkan media pemasaran di banyak saluran marketplace. Hal ini diharapkan memungkinkan meningkatkan visibilitas strategi pemasaran digital kepada bisnis yang dikelola dan memungkinkan pertumbuhan berkelanjutan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Desiani, A., Irmeilyana, I., Putri, A. I., Yuniar, E., Calista, N. A., Makhalli, S., & Amran, A. (2021). Pemanfaatan marketplace Shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), 209. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i2.9222>
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi Pkm*, 2(2), 206. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i2.9765>
- 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.
- Kelurahan, D. I., & Temanggung, S. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Ukm Terdampak Covid-19 Di Kelurahan Sidorejo Temanggung. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1). <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3626>
- 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.
- Kusuma, A. N., & Maura, A. El. (2021). *Meningkatkan Minat Berbisnis Secara Online*. 5(6), 4-12.
- Nilasari, R. (2019). Pengaruh Trust Dan E-Service Terhadap Repurchase Intention Bagi Pengguna Aplikasi Shopee. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(2), 755. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i02.p20>

- Pinariya, J. M., Forceila, D., Ivana, L., & Yunia, A. (2021). Sosialisasi dan Edukasi Digital Marketing pada Komunitas BGBJ di Bantar Gebang Menghadapi Era 4.0. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 191–202. <https://doi.org/10.30651/aks.v5i2.6148>
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 107–112. <https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>