

## Pelatihan Pengemasan Produk dan Pengelolaan Akun Marketplace pada Usaha Mikro "Namida" Masker Magetan

**Anggita Langgeng Wijaya<sup>1\*</sup>, Mutiatun Nur Fauziah<sup>2</sup>, Pijar Khasna Pangastuti<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

\*Email: Gonggeng14@gmail.com

### ABSTRACT

*The COVID-19 pandemic has had an impact on increasing public demand for mask products. During the pandemic, many micro-businesses for making new masks emerged. However, generally, these mask producers with a home industry base still sell conventionally, one of which is making masks under the name Namida Mask Magetan. This community service activity aims to provide product packaging training and create a marketplace account for the Namida Mask Magetan micro business, East Java. Implementing this activity is to provide training, hands-on practice, and discussions on product packaging and the practice of creating and managing marketplace accounts. The results of this activity indicate an increase in partners' ability in terms of product packaging and the ability to manage marketplace accounts. Partners already have a marketplace account and can market their products online in the marketplace.*

**Keywords:** Training, Product Packaging, Marketplace, Digital Business

### ABSTRAK

*Terjadinya pandemi covid-19 telah berdampak terhadap peningkatan kebutuhan masyarakat akan produk masker. Selama pandemi banyak usaha mikro pembuatan masker baru bermunculan, namun umumnya para produsen masker dengan basis industri rumahan ini masih melakukan penjualan secara konvensional, salah satunya adalah usaha pembuatan masker dengan nama Namida Masker Magetan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pengemasan produk dan pembuatan akun marketplace pada usaha mikro Namida Masker Magetan Jawa Timur. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan memberikan pelatihan, praktik langsung dan diskusi tentang pengemasan produk serta praktik pembuatan dan pengelolaan akun marketplace. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kemampuan dari mitra dalam hal pengemasan produk dan kemampuan dalam pengelolaan akun marketplace. Mitra telah memiliki akun marketplace dan sudah dapat memasarkan produknya secara online di marketplace.*

**Kata Kunci:** Pelatihan, Pengemasan Produk, Marketplace, Bisnis Digital

### PENDAHULUAN

Tristiarto dan Wahyudi (2020) menjelaskan bahwa UMKM berperan sangat penting bagi perkembangan dan pergerakan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2018, pemerintah telah menggandeng marketplace di Indonesia melalui gerakan UMKM go online dengan tujuan membantu meningkatkan penjualan produk UMKM. Terjadinya pandemi covid-19 telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh UMKM. Mekanisme penjualan melalui marketplace dapat menjadi salah satu solusi bagi UMKM untuk tetap dapat melakukan penjualan ditengah usaha untuk terus menjaga protokol kesehatan. Rifai dan Okvatiana (2018) menyatakan pembinaan terhadap UMKM merupakan langkah strategis dalam memperkuat perekonomian Indonesia. Pesatnya jumlah produk dan jasa yang dihasilkan oleh UMKM sering kali masih tidak diimbangi tata kelola bisnis yang baik sehingga banyak UMKM yang tidak dapat menjaga keberlanjutan usahanya (Waqfin et al, 2021).

Menurut Hakim (2019), Indonesia termasuk 10 besar Negara dengan pengguna internet terbesar di Dunia. Peningkatan pengguna internet adalah pangsa pasar yang sangat prospektif dalam

bisnis. Perkembangan internet dan penggunaan ponsel pintar *android* telah merubah pola konsumsi masyarakat yang sebelumnya melakukan belanja secara manual melalui toko, gerai, dan super *market*, berubah menjadi belanja online melalui media sosial dan *marketplace*.

Rahmatika et al. (2020) menjelaskan bahwa berkembangannya teknologi pada pola e-commerce telah membuat semakin banyaknya situs situs belanja (*marketplace*). Setiap *marketplace* senantiasa berlomba membuat desain dan tampilan yang menarik, fitur fitur yang mudah digunakan dan berbagai promosi yang menarik seperti game berhadiah, diskon harga, gratis pengiriman, garansi, COD dan kegiatan promosi lainnya. Masing masing penyedia jasa *marketplace* senantiasa berpacu dan menerapkan strategi untuk dapat lebih dikenal dan digunakan masyarakat (Firmansyah et al, 2020).

Fitriyana et al. (2021) menjelaskan bahwa *marketplace* merupakan media online yang mempertemukan antara penjual dan pembeli. *Marketplace* adalah pasar didunia maya dengan transaksi yang nyata. *Marketplace* memberikan keuntungan baik dari sisi penjual maupun pembeli. Bagi penjual *marketplace* mempermudah transaksi bisnis menjadi efektif dan efisien, memperluas jaringan pemasaran dan mampu meningkatkan penjualan. Dari sisi pembeli *marketplace* memberikan kemudahan pembelian, pilihan produk dan harga yang lebih bervariasi dan promo-promo yang menarik bagi konsumen.

Perkembangan penggunaan ponsel pintar berbasis *android* telah mendorong munculnya bisnis digital dengan pesat. Hampir semua orang di Indonesia bahkan sampai pelosok desa sekarang ini sangat familiar dengan ponsel *android* dan aplikasi-aplikasi di dalamnya. Bisnis digital telah berkembang dari sekedar situs iklan atau toko online menjadi situs pasar online atau situs belanja online yang kita kenal dengan sebutan *marketplace*. *Marketplace* adalah bentuk nyata dari perkembangan bisnis digital. Melalui *marketplace* UMKM dapat mempromosikan dan menjual langsung produk atau jasa yang dimilikinya kepada konsumen tanpa rantai distribusi yang panjang. Hal ini tentu mampu menghemat biaya produksi dan menjadi peluang UMKM untuk memperluas penjualan produknya (Sufaidah et al, 2018).

Tresnawati et al. (2021) menjelaskan bahwa UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian dan penciptaan lapangan pekerjaan. Menurut Desiani et al. (2021) terjadinya pandemi covid-19 telah memberikan dampak negative terhadap kehidupan ekonomi masyarakat. Banyak UMKM yang mengalami kendala kegiatan seperti penurunan penjualan, kesulitan bahan baku, distribusi yang terhambat dan masalah permodalan. Salah satu solusi untuk mengatasi masalah-masalah UMKM tersebut adalah dengan mengoptimalkan penjualan online melalui *marketplace*. Tresnawati et al. (2021) menambahkan bahwa produk unggulan yang telah dihasilkan oleh UMKM perlu dibantu dengan inovasi promosi dan mekanisme penjualan berbasis teknologi, salah satunya melalui pembuatan akun resmi (official account) pada *marketplace*. Hal yang menjadi kendala adalah tidak semua UMKM mengetahui berjualan melalui *marketplace*. Kondisi ini mendapatkan perhatian dari dunia akademisi untuk melakukan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan penggunaan *marketplace* yang tujuannya meningkatkan penjualan dari mitra kegiatan.

Terjadinya pandemi covid-19 memunculkan peluang peningkatan kebutuhan masyarakat akan masker. Berdasar pada pengamatan awal tim terhadap mitra, maka dapat dirumuskan masalah yang dihadapi mitra sebagai berikut:

- Mitra memiliki usaha pembuatan dan penjualan masker namun pengemasan masker dilakukan seadanya dan mekanisme penjualan masih dilakukan secara konvensional.
- Mitra belum melakukan penjualan produknya secara online, padahal terdapat peluang untuk meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan *marketplace* yang telah ada. Mitra memiliki kendala tidak memiliki pengetahuan berkaitan tata cara berjualan di *marketplace*.

Berdasarkan identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra maka solusi yang ditawarkan tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat adalah dengan mengadakan pelatihan pengemasan produk dan pembuatan serta pengelolaan *marketplace*. *Marketplace* yang dipilih adalah shopee karena untuk saat ini shopee adalah aplikasi *marketplace* dengan pengguna terbesar di Indonesia. Target Luaran yang hendak dicapai dalam kegiatan ini adalah: 1) adanya peningkatan kemampuan teknik pengemasan masker dari mitra, 2) mitra dapat memiliki dan mengelola akun *marketplace* dan mampu melakukan promosi dan penjualan melalui *marketplace*.

## **METODE PELAKSANAAN**

- Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki dua kegiatan pelatihan yaitu pelatihan pengemasan produk masker dan yang kedua adalah pembuatan akun *marketplace* shopee. Masker yang dihasilkan oleh Namida Masker Magetan dikemas dengan baik dan menarik untuk dapat ditampilkan dan dijual secara online di *marketplace*. Kegiatan dilaksanakan dengan metode pelatihan langsung, diskusi dan tanya jawab antara tim pemateri dan peserta. Pelatihan langsung yang dimaksud dalam kegiatan ini adalah tim mengajarkan secara langsung materi pelatihan dan dipraktikkan langsung oleh mitra kegiatan yang kemudian disambung dengan diskusi baik berkaitan dengan materi pelatihan pengemasan produk dan materi pembuatan akun *marketplace*.

- Waktu dan Rangkaian Kegiatan

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan mulai 1 Desember sampai dengan 23 Desember 2020. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dari kegiatan penugasan, perijinan, persiapan dan koordinasi awal. Kemudian kegiatan dilanjutkan dengan diskusi dan identifikasi masalah mitra, dan materi kegiatan pelatihan. Kegiatan utama dilaksanakan pada 12 Desember 2020 dengan tempat pelaksanaan kegiatan di Namida Masker di RT 09 RW 02, Desa Duwet, Kec. Bendo, Kab. Magetan. Setelah dilaksanakan kegiatan dilakukan evaluasi kegiatan, serta koordinasi dokumentasi dan penyusunan laporan akhir kegiatan.

- Bahan, Alat dan Materi Kegiatan

Media, alat, dan bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi hal-hal sebagai berikut: Bahan dasar pengemasan produk, Materi dalam powerpoint, Jaringan internet, HP android, dan Laptop. Materi yang disampaikan meliputi teknik teknik pengemasan produk masker, tips iklan di media sosial, mengenal *marketplace* shopee, pembuatan akun pada *marketplace* shopee, memposting iklan dan menampilkan produk produk pada *marketplace* shopee, simulasi penjualan pada *marketplace* shopee.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

- Pelaksanaan Pelatihan Pengemasan Produk

Namida masker Magetan adalah usaha mikro yang bergerak dalam pembuatan masker kain. Namida masker melakukan penjualan produknya secara konvensional dan pengemasan dilakukan seadanya. Dalam rangka melakukan penjualan produk secara online maka Namida Masker terlebih dahulu diberi pelatihan pengemasan produk. Pelatihan pengemasan ini dilakukan dengan tujuan masker yang dijual terbungkus dengan baik, rapi dan menarik minat bagi calon konsumen. Tim pengabdian masyarakat mencoba memberikan sentuhan inovasi pada mitra Namida Masker terhadap produk masker yang dihasilkan dengan teknik pengemasan menggunakan plastik bermerek dan box. Pada bungkus masker juga diselipkan pesan yang berisi ucapan terima kasih atas pembelian yang telah dilakukan. Teknik pengemasan ini diharapkan membuat produk lebih menarik bagi calon pembeli saat melakukan penjelajahan di *marketplace*. Gambar di bawah ini menunjukkan proses pelatihan pengemasan produk Namida Masker yang dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat.

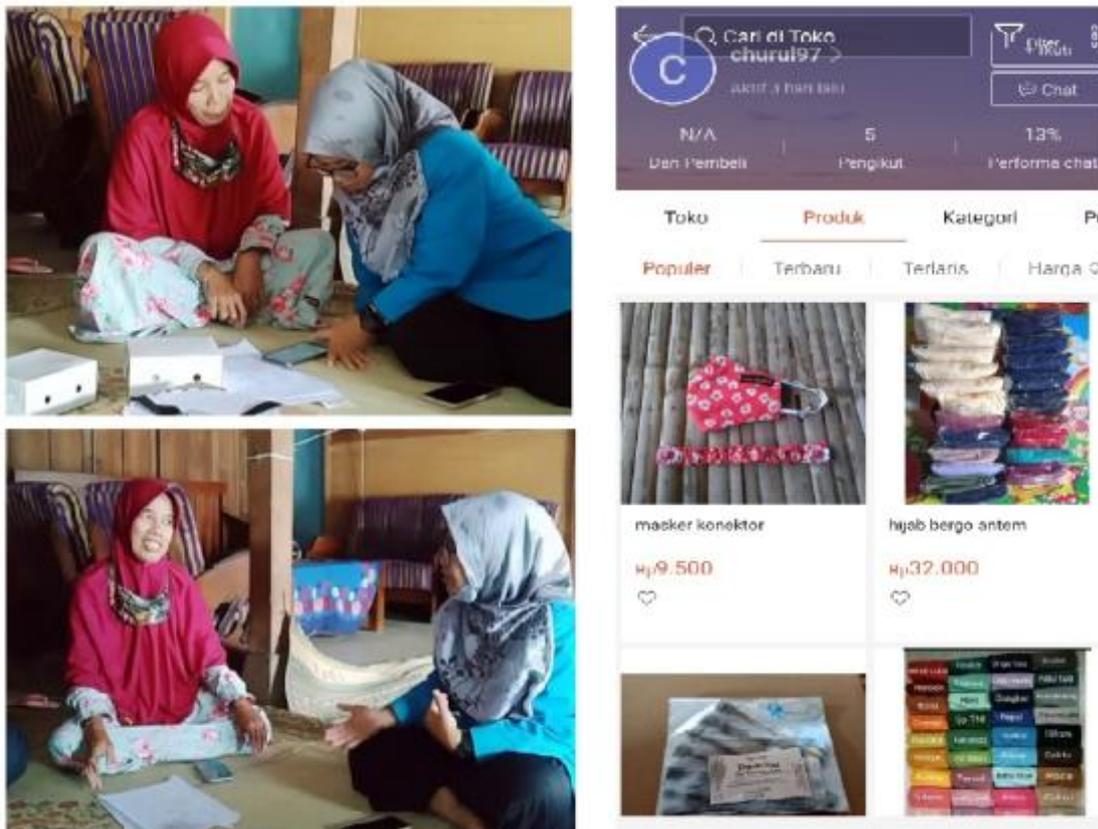


**Gambar 1.** Pelatihan Pengemasan Produk

- Pelatihan Pembuatan Akun Shopee

Setelah dilaksanakan pelatihan pengemasan maka produk sudah siap untuk di pasarkan melalui media sosial dan *marketplace*. *Marketplace* yang dipilih dalam pelatihan ini adalah shopee. Shopee dipilih karena saat ini adalah *marketplace* dengan pengguna terbesar di Indonesia dan memiliki fitur yang relative mudah untuk digunakan. Pelatihan pembuatan akun pada *marketplace* shopee dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut: Mitra di ajarkan untuk membuka aplikasi Shopee melalui ponsel pintar, kemudian melakukan pendaftaran dengan klik daftar, dan lakukan verifikasi nomor handphone dan email. Langkah berikutnya adalah melakukan konfirmasi kode verifikasi, dan melengkapi profil penjual. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengisian foto, deskripsi produk, rekening bank dan jasa kirim.

Setelah selesai membuat akun shopee maka perlu dilakukan iklan untuk menarik minat konsumen. Iklan bisa di posting pada shopee dengan menampilkan produk yang dibuat oleh mitra. Sebelum iklan di posting gunakan penawaran yang menarik jika dibutuhkan misalnya dengan memberikan diskon, voucher, serta program lain yang dibutuhkan untuk dapat membuat iklan menjadi menarik. Jika iklan yang dibuat sudah diposting maka kami memberikan pelatihan mengenai penjualan di shopee. Sebelum melakukan iklan dan penjualan juga perlu memperhatikan tampilan produk dan dan proses layanan terhadap pelanggan. Jika tampilan produk, iklan dan layanan pelanggan yang baik akan dapat membantu meningkatkan penjualan produk.



**Gambar 2.** Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace

- Diskusi

Secara umum respon dari pihak mitra yaitu Namida Masker Magetan atas kegiatan pelatihan ini sangatlah baik. Antusiasme cukup tinggi, meskipun ada keterbatasan dalam pemahaman akan teknologi informasi pada saat pembuatan akun shopee namun secara umum pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik. Mitra dari Namida Masker Magetan telah mendapatkan tambahan ketrampilan dalam hal pengemasan produk yang membuat produk menjadi lebih menarik apabila dipasarkan melalui media sosial maupun melalui akun shopee yang dimiliki oleh Namida Masker. Untuk penggunaan akun *marketplace* shopee ini pihak Namida Masker masih membutuhkan pendampingan lagi terutama dalam memproses pesanan dari konsumen dalam akun shopee. Dengan beberapa kali

mempraktikkan proses order, kami meyakini Namida Masker Magetan akan lebih terbiasa untuk melakukan promosi dan penjualan melalui shopee.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melaksanakan pelatihan pengemasan produk dan pengelolaan akun *marketplace* pada usaha mikro "Namida" Masker Magetan. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan kemampuan dari mitra dalam hal pengemasan produk dan pengelolaan akun *marketplace*. Mitra mendapatkan tambahan pengetahuan dan ketrampilan tentang teknis pengemasan produk. Mitra telah memiliki akun *marketplace* dan telah mempraktikkan memasarkan dan menjual produknya secara online di *marketplace* shopee.

Keterbatasan dari program kegiatan ini adalah bentuk kegiatan yang masih bersifat insidental dan tim pelaksana belum melakukan pendampingan terhadap mitra pasca pelatihan secara berkelanjutan. Kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya dengan tema sejenis bisa dioptimalkan dengan menggandeng beberapa UMKM dalam satu desa atau komunitas tertentu serta dapat menjadikan mitra sebagai UMKM atau komunitas binaan sehingga dapat melakukan pemantauan secara berkelanjutan terhadap proses kegiatan dan dampak langsung bagi bisnis mitra.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- 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), 209-219.
- Firmansyah, K., Fadhli, K., Noviandy, I. A., & Rini, S. (2020). Pengenalan Media Sosial dan E-Commerce sebagai Media Pemasaran serta Pengemasan Frozen Food. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43-48.
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi PKM*, 2(2), 206-211.
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *Loyalitas, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 74-91.
- Rahmatika, R., Dhika, H., & Isnain, N. (2020). Penerapan E-Commerce Pada Kelompok Pkk Di Kelurahan Pabuaran-Cibinong. *Jurnal PKM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3(3), 218-224.
- Rifai, Z., & Oktaviana, L. D. (2018). Pelatihan Aplikasi Teknis Online Marketplace Pada Sentra UMKM Banyumas "Pratistha Harsa" Untuk Pemasaran Produk Secara Online. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Sufaidah, S., Arifin, M. Z., & Chumaidi, M. (2018). Sistem Informasi Pelaporan Realisasi Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa Berbasis Web. *NJCA (Nusantara Journal of Computers and Its Applications)*, 3(1), 66-72.
- Tresnawati, Y. S., Wardiani, W., & Anisyahrini, R. (2021). Pengembangan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Rajutan Terdampak Covid 19 Di Kampong Rajoet Kota Bandung. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 206-213.
- Tristiarto, Y., & Wahyudi, W. (2018). PKM Kelompok Umkm E-Commerce Di Kelurahan Benda Baru-Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan. *In Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1).
- Waqfin, M. S. I., Komari, M., Andriani, R., & Muhibuddin, A. (2021). Strategi Branding untuk Membangun Identitas Brand dalam Meningkatkan Pemasaran di Desa Bandarkedungmulyo Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-5.