
Pengoptimalan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Sumberagung melalui Platform Shopee

Munawarah^{1*}, Sujono², Muhammad Al Ghozali³, Ahmad Khusnul Hakim⁴, Laily Mufarrohah⁵

^{1,2} Informatika, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: munawarah@unwaha.ac.id

ABSTRACT

Business development is currently growing rapidly, MSMEs must keep up with advances in information technology with the aim of expanding markets and increasing sales. Advances in information technology is to do online sales. Making it easy for sellers and buyers to interact through their live chat feature, Shopee also provides many products ranging from gadgets, fashion, cosmetics, electronics. One of the problems faced by MSMEs in Sumberagung Village is a problem of marketing and skills in using technology. MSMEs in Sumberagung Village require technology-based business development so that they can compete with new businesses that are online. The use of marketing media for MSMEs in Sumberagung Village, Megaluh District. In this activity, solutions were provided to solve the MSME problems in Sumberagung village with efforts to develop technology-based businesses in Sumberagung Village SMEs through digital marketing training. The methods used in identifying the use of marketing media are observation, interviews, and distributing questionnaires. The methods used in this activity are discussions and lectures, demonstrations and practice. In carrying out this service activity, activities are carried out in the form of; training on using the marketplace system that utilizes the facilities on the Shopee apk, training on creating a marketplace account for promotional materials at Shopee, training on making product photos for sellers, training on creating copy and write seller content. The results after carrying out the activities that were applied to the Sumberagung Village SMEs went smoothly, even though there were several obstacles but these could be resolved properly. Changes after the activities were held where at first the targets only carried out promotions offline, they could market their products online through the shopee platform that they had created and obtain a wider market.

Keywords: *UMKM, Digital Marketing, Shopee*

ABSTRAK

Perkembangan bisnis saat ini sudah sangat berkembang pesat, UMKM harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan tujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Kemajuan teknologi informasi adalah dengan melakukan penjualan online. Memudahkan para penjual serta pembeli dalam berinteraksi melalui fitur live chatnya, Shopee juga menyediakan banyak produk mulai dari gadget, fashion, kosmetik, elektronik, Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Sumberagung adalah masalah pemasaran dan keterampilan menggunakan teknologi. UMKM di Desa Sumberagung memerlukan pengembangan usaha berbasis teknologi sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha baru yang bersifat online. Penggunaan media pemasaran pada UMKM di Desa Sumberagung Kecamatan Megaluh. Pada kegiatan ini solusi yang diberikan dalam menyelesaikan permasalahan UMKM desa Sumberagung engan upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM Desa Sumberagung melalui pelatihan digital marketing. Metode yang digunakan dalam identifikasi penggunaan media pemasaran adalah dengan observasi, wawancara, dan penyebaran kuisisioner Metode yang digunakan dalam upaya kegiatan ini dengan diskusi, dan ceramah, Demonstrasi dan Paktik. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, dilakukan kegiatan berupa; pelatihan penggunaan sistem marketplace yang memanfaatkan fasilitas pada apk Shopee, pelatihan pembuatan akun marketplace untuk bahan promosi di Shopee, pelatihan pembuatan foto produk bagi penjual, pelatihan pembuatan content copy write penjual.

Hasil setelah melakukan kegiatan yang diterapkan pada Para UMKM Desa Sumberagung berjalan dengan lancar, meskipun terdapat beberapa kendala namun hal itu dapat teratasi dengan baik. Perubahan setelah diadakannya kegiatan yang pada awalnya para sasaran hanya melakukan promosi secara offline, mereka dapat memasarkan produknya secara online melalui platform shopee yang telah mereka buat serta memperoleh pasar yang bertambah luas.

Kata Kunci: *UMKM, Digital Marketing, Shopee*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini sudah sangat berkembang pesat, UMKM harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan tujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Kemajuan teknologi informasi adalah dengan melakukan penjualan online. Saat ini belanja melalui online sudah menjadi hal yang biasa. Belanja online memiliki berbagai kemudahan yang diberikan, seperti kemudahan waktu dalam melakukan pekerjaan tanpa harus bertatap muka terlebih dahulu dan kemudahan bertransaksi. Para konsumen belanja melalui online dapat dengan mudah mengakses online shop yang diinginkan, melihat pilihan barang, harga yang akan dibelinya, mengetahui kualitas barang melalui komen pembelinya dan cara pembayarannya. Kemudahan dan keunggulan belanja melalui online yaitu prosesnya, konsumen hanya membuka web online shop melalui internet bisa langsung melakukan transaksi online. Shoppe adalah salah satu situs belanja online pendatang baru, jika dibandingkan dengan situs belanja online lainnya. Strategi komunikasi bisnis Shoppe melalui *marketplace*. Dengan memudahkan para penjual serta pembeli dalam berinteraksi melalui fitur live chatnya, Shoppe juga menyediakan banyak produk mulai dari gadget, *fashion*, kosmetik, elektronik, otomotif dan lain sebagainya.

Berdasarkan dengan apa yang terjadi di desa Sumberagung, dimana masih banyak pelaku usaha yang belum mengenal dan belum mengetahui cara penggunaan mengenai digital marketing khususnya *marketplace* dengan platform Shopee, hal tersebut dapat diakibatkan dari berbagai faktor yang terjadi salah satunya faktor pemasaran, belum tersedianya/belum mampunya pelaku usaha UMKM dalam pemanfaatan sistem *marketplace* untuk penjualan produk, membuat konten *marketplace* serta teknik penjualan menggunakan *marketplace*, belum mampunya dalam pembuatan akun *marketplace*, pembuatan foto produk serta pembuatan konten *copy write*, serta membuat konten-konten yang tepat sasaran. Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah untuk memberi pemahaman pada aspek penggunaan sistem *marketplce*, memberi pengetahuan pada aspek pembuatan akun *marketplace* sebagai bahan promosi, memberi pengetahuan pada aspek pembuatan foto produk yang menarik bagi para pelaku UMKM, memberi pengetahuan pada aspek pembuatan *content copy write* penjualan serta konten tepat sasaran dan membantu UMKM lebih mandiri dan meningkatkan daya saing. UMKM yang didampingi adalah seluruh UMKM di Desa Sumberagung. Kegiatan ini diharapkan bisa membantu usaha para pelaku UMKM tersebut agar berkembang lebih baik dan mengalami peningkatan kapasitas produksi maupun pemasaran, serta memberikan efek multiplier bagi usaha yang sejenis atau usaha yang terkait serta bagi masyarakat sekitar.

METODE

Pada pengabdian ini, kami melakukan metode kepada masyarakat dengan kegiatan sosialisasi, sehingga dibutuhkan sebuah metode pelaksanaan yang tepat agar target dan tujuan tercapai dan tepat sasaran. Karena itu yang dilakukan adalah:

- Observasi dan wawancara

Metode ini merupakan metode yang dilakukan dengan masyarakat dan para pelaku UMKM desa Sumberagung kecamatan Megaluh kabupaten Jombang untuk melihat seperti apa pemahaman dan pengetahuan mereka terhadap pemanfaatan *digital marketing* menggunakan media sosial dalam aktifitas dan berbagai pemasaran yang dilakukan oleh UMKM selama ini.

- Ceramah dan Diskusi

Metode ini juga sangat penting dan tidak bisa dilepaskan pada kegiatan pengabdian masyarakat, karena itu metode ini dipilih agar pembicara dapat dengan mudah menyajikan konsep penting agar bertujuan dapat dipahami serta dengan mudah para peserta sosialisasi dapat mengetahuinya dengan baik. Metode ceramah melalui penyampaian, oral presentasi dengan menampilkan gambar dan display yang menarik serta relatif padat, cepat, dan mudah agar para peserta dengan mudah dapat tertarik serta perhatian peserta bisa focus, nyaman dan terjadi diskusi yang aktif.

- **Demonstrasi dan Praktik**

Metode ini digunakan karena menunjukkan proses penggunaan teknologi digital sebagai media pemasaran yang mudah dan tidak berbayar, melalui smartphone yang mereka gunakan setiap hari. Karena itu kemudian, dengan ini semua peserta dapat diajak untuk aktif melakukannya secara langsung dan dapat dipantau, sehingga jika terjadi kesalahan bisa diluruskan dan dijelaskan, dan sebaliknya jika benar diapresiasi dan didukung dengan semangat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Besarnya peluang dari aspek pemasaran *digital marketing* saat pasca pandemi ini, para konsumen belanja melalui online dapat dengan mudah mengakses online shop yang diinginkan, melihat pilihan barang, harga yang akan dibelinya. UMKM harus mengikuti kemajuan teknologi untuk memperluas pasar, dalam mengatasi permasalahan sebagaimana yang telah terjadi pada para UMKM desa Sumberagung, maka dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, maka memberikan solusi yang berupa:

- Pelatihan penggunaan sistem marketplace yang memanfaatkan fasilitas pada apk Shopee
- Pelatihan pembuatan akun marketplace untuk bahan promosi di Shopee
- Pelatihan pembuatan foto produk bagi penjual
- Pelatihan pembuatan content copy write penjual

Dalam implementasi pelaksanaan pendampingan kegiatan bersama mitra UMKM telah melakukan proses berikut:

- **Pelatihan Digital Marketing**

Dalam proses ini, kami mengundang narasumber yang ahli pada bidang digital baik itu dari aspek strategi, maupun peluang untuk menarik konsumen. Pada saat proses sosialisasi ini, para pemilik UMKM di beri informasi yang cukup menarik terkait dunia *digital marketing*. Kegiatan ini, diikuti oleh para pelaku UMKM di desa Sumberagung yang dilakukan di GSG (Gedung Serba Guna) pada bulan Oktober 2022.



Gambar 1. Pelatihan Digital marketing

- **Pendaftaran Akun Bisnis**

Pada kegiatan ini para pelaku UMKM mencoba untuk mendaftarkan akun bisnis. Salah satu aplikasi tersebut merupakan shopee, yang mana aplikasi ini merupakan aplikasi yang sedang trend di kalangan anak-anak muda sekarang. Pendaftaran aplikasi shopee ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Pendaftaran Akun Bisnis

- **Pelatihan Pembuatan Foto Produk**

Terdapat juga kebutuhan yang diperlukan oleh UMKM untuk memberdayakan atau memajukan usahanya yaitu foto katalog berisikan produk.

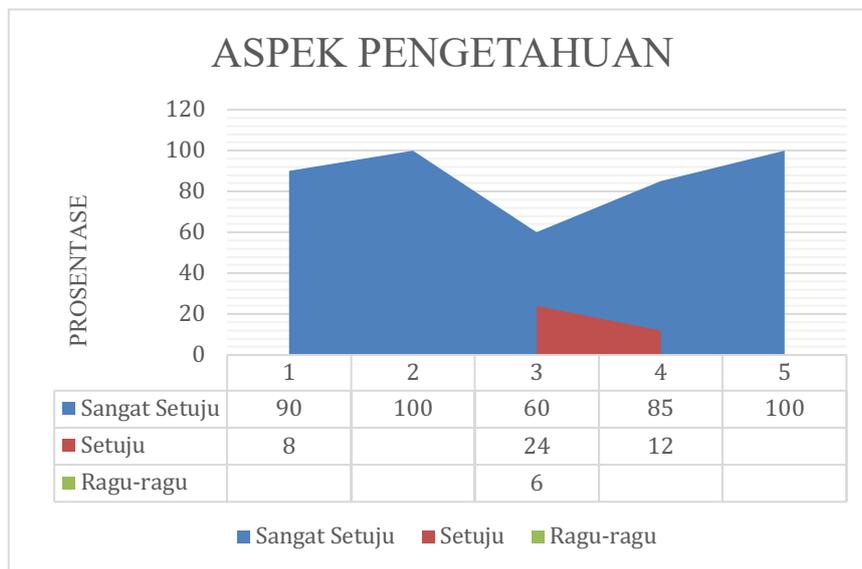


Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Foto Produk

- Memposting Produk UMKM yang baik dan benar di Shopee masing-masing UMKM

Selain itu, kegiatan ini mendampingi dan mengarahkan pelaku UMKM untuk melakukan upload posting produk dalam akun Shopee. Dalam melakukan postingan upload, produk yang diposting harus memberikan informasi yang dapat dimengerti konsumen. Sehingga nantinya, konsumen dapat mengetahui jenis, dan rasa dari masing-masing produk sendiri. Tujuan adanya pemberian informasi baik itu dari caption maupun foto yang menarik berguna agar dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan “*digital marketing*” yang berlokasi di GSG (Gedung Serba guna) Desa Sumberagung Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang dilakukan Oktober 2022. Pelaksanaan evaluasi mengenai pada jaringan koneksi internet, hasil evaluasi menyatakan para pelaku UMKM itu kesulitan untuk mengakses *marketplace* karena di desa ini sendiri sangat sulit untuk sinyalnya apalagi jika di dalam ruangan. Para pelaku UMKM di Desa Sumberagung berdasarkan pendekatan 4C yang terdiri dari *cost*, *customer*, *convenience*, dan *communication* setuju bahwa *digital marketing* membantu mereka dalam melakukan promosi dan memasarkan produk mereka dengan efektif. Para pelaku UMKM berpendapat bahwa digital marketing membuat mereka menghemat biaya berpromosi karena selama ini mereka masih mengandalkan pemasaran secara online seperti menyebarkan brosur, beriklan di koran dan beriklan melalui billboard, pengeluaran mereka akan menjadi lebih besar ketika mereka menggunakan pemasaran offline.



Gambar 4. Hasil prosentase aspek pengetahuan

Grafik diatas menunjukkan hasil prosentase dari aspek pengetahuan yang terdiri dari 5 pernyataan, yaitu:

- *Marketplace* merupakan media online yang cocok untuk memasarkan produk UMKM, memperoleh hasil sangat setuju 90%, dan setuju 8%.
- Platform Shopee merupakan salah satu platform yang sangat cocok untuk media penjualan produk secara online, pemerolehan hasil yang didapat adalah sangat setuju 100%.
- Dengan adanya penjualan produk secara online melalui platform Shopee dapat mengurangi kerugian, diperoleh hasil sangat setuju 60%, setuju 24%, dan ragu-ragu 6%.

- Pada Apk tersebut terdapat fitur COD dan barang bisa di jemput dirumah oleh pengirim, hasilnya yang diperoleh yaitu sangat setuju 85%, dan setuju 12%.
- Penjualan produk UMKM melalui media plartfom Shopee itu sangat simple hanya bermodalkan kuota, memperoleh hasil sangat setuju 100%.

Adapun untuk hasil keseluruhan yang diperoleh dari 5 pernyataan dengan aspek pengetahuan yaitu 95% yang menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan digital marketing yang telah dilakukan ini membawa dampak yang positif bagi masyarakat desa Sumberagung Megaluh Jombang, salah satunya yaitu menjadikan masyarakat sadar akan banyaknya manfaat dari penjualan produk secara online melalui plartfom Shopee, serta pengoptimalan produk yang dimiliki oleh masyarakat Sumberagung Megaluh Jombang untuk di jual di media online tersebut.

SIMPULAN

Hasil setelah melakukan kegiatan yang diterapkan pada Para UMKM Desa Sumberagung berjalan dengan lancar, meskipun terdapat beberapa kendala namun hal itu dapat teratasi dengan baik. Perubahan setelah diadakannya kegiatan yang pada awalnya para sasaran hanya melakukan promosi secara offline, mereka dapat memasarkan produknya secara online melalui platform shopee yang telah mereka buat serta memperoleh pasar yang bertambah luas. Masyarakat berharap pengarah dan pemantauan para pelaku UMKM secara berlanjut melalui whatsapp untuk memberi pengetahuan kepada pelaku UMKM yang masih bingung dengan plartfom shopee serta pemantauan pada pelaku yang telah menjalankan bisnisnya melalui platform shopee.

DAFTAR RUJUKAN

- Al Hakim, R. R. (2021). Pencegahan penularan Covid-19 berbasis aplikasi Android sebagai implementasi kegiatan KKN tematik Covid-19 di Sokanegara Purwokerto Banyumas. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 2(1), 7-13.
- Dharmmesta, B. S. (1999). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kartajaya, H. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama. Ridlo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nitisusastro, M. (2010). *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Nurseto, T. (2004). Strategi menumbuhkan wirausaha kecil menengah yang tangguh. *Jurnal ekonomi dan pendidikan*, 1(1).
- Nuslih, J. S. E. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing pada pengerajin Tahu Bungkeng Kabupaten Sumedang. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 67-88.
- Rohmah, N. S. I., & Ashlihah, A. (2021). Pengaruh Digital Marketing Training Terhadap Kemandirian Dan Entrepreneurship Knowledge Curiosity Dikalangan Mahasiswa Unwaha. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 4(2), 41-48.
- Sufaidah, S., & Al Faqih, M. (2022). UNWAHA Cooperative Digital Marketing Automation Based on BOT Engine. *NEWTON: Networking and Information Technology*, 1(3), 94-101.
- Sufaidah, S., & Putri, Z. E. (2021). Web-Based Unwaha Cooperative Management Information System. *NEWTON: Networking and Information Technology*, 1(1), 8-14.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.
- Wardhana, A. (2015, April). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV (pp. 327-337).