

Program Edukasi Pemasaran Produk Melalui Shopee Bagi Pelaku UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Berbasis Teknologi Informasi di Mrs.Collection

Siti Aisyah¹, Anastasya Br Ginting², Diana³,

Miftahul Husna Hutapea⁴, Siti Hazrah⁵, Ahmad Ihsan Fiqih Siregar⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jalan William Iskandar Pasar V Medan Estes, Sumatera Utara

Email: siti.aisyah@uinsu.ac.id¹, anastasyabrginting465@gmail.com², dianakhaira5@gmail.com³, miftahulhusna2018@gmail.com⁴, sitihazrah.hatta21@gmail.com⁵, Fiqihisiregar20@gmail.com⁶

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
16.04.2023	09.05.2023	15.05.2023	30.05.2023

Abstract: This educational program aims as a tool to increase marketing knowledge and skills, as well as a way to raise awareness for small business actors (MSMEs) so that their sales performance increases. Broadly speaking, educational activities are carried out using a method consisting of 5 (five) stages: 1) Coordination meeting; 2) Preparation; 3) Implementation; 4) Monitoring; and 5) Evaluation. So the purpose of the technology application guidance program is, how to provide understanding and improve the skills of MSME actors so that they have the ability and understanding in carrying out business planning at the market place (Shopee), which is aimed at "MRS COLLECTION" MSMEs. With the results of the education carried out, the team as mentors will follow up to find out how far the performance of MSMEs has developed, whether the actors actually implement the application properly and whether the information provided by the team is carefully digested during mentoring and training. With assistance from the team in educating technology management for a business, it is hoped that it will increase awareness and understanding of marketing, entrepreneurship and technology cooperatives in supporting the progress of its business.

Keywords: Education, Marketing, Entrepreneurship, Cooperatives, SMEs, Technology Management.

Abstrak: Program edukasi ini bertujuan sebagai suatu sarana dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pemasaran, serta sebagai suatu cara dalam memunculkan kesadaran bagi pelaku usaha kecil (UMKM) sehingga kinerja penjualannya mengalami peningkatan. Secara garis besar, kegiatan edukasi dilaksanakan dengan metode yang terdiri dari 5 (lima) tahap: 1) Rapat koordinasi; 2) Persiapan; 3) Pelaksanaan; 4) Monitoring; dan 5) Evaluasi. Maka tujuan dari program bimbingan pengaplikasian teknologi adalah, bagaimana memberikan pemahaman dan meningkatkan keterampilan pelaku UMKM agar memiliki kemampuan serta pemahaman dalam melakukan perencanaan usaha pada market place (Shopee), yang ditujukan pada UMKM "MRS COLLECTION". Dengan hasil dari pengedukasian yang dilakukan bahwa tim sebagai mentor akan melakukan tindak lanjutnya untuk mengetahui sejauh mana perkembangan kinerja UMKM apakah pelaku benar-benar menerapkan aplikasi secara baik dan apakah informasi yang tim berikan di cerna dengan matang selama pendampingan dan pelatihan. Dengan pendampingan dari tim dalam pengedukasian manajemen teknologi terhadap suatu usaha diharapkan akan meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pemasaran, kewirausahaan dan perkoperasian teknologi dalam menunjang kemajuan usahanya.

Kata kunci: Pengedukasian, Pemasaran, Kewirausahaan, Perkoperasian, UMKM, Manajemen Teknologi

1. PENDAHULUAN

Adanya perkembangan digital dan teknologi internet membuka peluang lebar bagi banyak bisnis UMKM dan pelakunya. Dengan teknologi, kita tidak hanya bisa bersosialisasi tetapi juga bisa menjalankan bisnis dengan lebih mudah. Baik itu dari segi manajemen, produksi, hingga jasa ekspedisi, tersedia berbagai platform yang dapat membantu bisnis berjalan dengan lebih lancar, yaitu dengan melakukan kegiatan pemasaran secara online atau dikenal dengan digital marketing. Febriyanto dan Arisandi (2018) dalam penelitian yang dilakukan, bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan secara online akan dapat meningkatkan penjualan UMKM, dengan jangkauan pasarnya yang bertambah dan luas. Karena tidak hanya melalui penjualan secara offline saja, dengan digital marketing akan dapat menjangkau pasar yang lebih luas yang tidak dapat dijangkau secara offline.

Digital Marketing atau pemasaran secara online didefinisikan oleh Dave Chaffey (2015) memiliki arti yang sama dengan pemasaran elektronik (e-marketing), yaitu menggambarkan kegiatan manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik. Dalam kegiatan pemasaran secara digital marketing pemanfaatan teknologi digital dalam bentuk saluran online tertuju secara langsung ke pasar konsumen dalam bentuk e-mail, website, database, digital TV, serta marketing

melalui media sosial termasuk blog, feed, podcast, dan jejaring sosial lainnya yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran. Salah satunya platform e-commerce sebagai wadah dalam melakukan digital marketing yaitu shopee. Shopee merupakan sebuah platform yang cukup banyak dikenal masyarakat luas dan tentunya ini memberikan peluang besar untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya terkhusus untuk bisnis Gift Custome yang merupakan bisnis baru yang mana masih banyak masyarakat yang gaptek dengan bisnis ini.

Dengan zaman yang serba online ini membuat masyarakat semakin gemar memanfaatkan situs-situs ataupun aplikasi e-commerce serta sosial media untuk melakukan pembelian terhadap berbagai macam barang. Kemudahan yang ditawarkan sistem online ini menarik minat masyarakat untuk beralih dari pembelian melalui toko ke toko atau secara offline, menjadi online dengan memanfaatkan berbagai macam media yang ada. Diharapkan aplikasi e-commerce ini dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM terkhusus usaha Gift Custome.

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa saat ini masyarakat semakin menyukai hal yang praktis juga menarik, termasuk dalam membuat kado. Banyak masyarakat yang terkadang kesulitan mencari referensi kado yang bagus dan menarik untuk diberikan kepada seseorang. Untuk itulah aplikasi shopee hadir sebagai wadah untuk mereka yang mengalami kesulitan dalam mencari atau membuat kado yang menarik, bagus dan pastinya ekonomis. Dari penelitian yang dilakukan oleh Pradiani (2018) dijelaskan bahwa dengan kegiatan digital marketing atau pemasaran secara online akan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan produknya, seperti yang terjadi pada saat ini bahwa masyarakat dewasa ini telah banyak menghabiskan waktu di media digital dan lebih sering mencari referensi-referensi produk yang disukai secara online hingga melakukan pembelian produk secara online.

Dengan kemudahan bantuan teknologi dalam kegiatan bisnis, disini kami mencoba untuk memberikan suatu pengabdian kepada masyarakat yang memiliki usaha rumahan (home made) yaitu dengan menerapkan dan memanfaatkan platform e-commerce shopee untuk bisnis yang sedang dijalankan dari rumah. Dengan mengubah kegiatan berjualannya yang selama ini dilakukan dari rumah atau secara offline dengan sederhana, menurut kami akan sangat membantu pebisnis tersebut jika membuka toko secara online juga yaitu melalui platform e-commerce Shopee. Oleh karena itu, disini kami ingin memberi edukasi pada pebisnis tersebut terkait dengan manfaat teknologi yang sangat akan membantu kegiatan usahanya, sebagai fokusnya kami akan memberi tahu mengenai penggunaan serta penerapan dari teknologi shopee. Adapun penerapan teknologi shopee ini kami lakukan kepada pebisnis pembuat buket yaitu seperti gift custome. Adapun merek bisnisnya yaitu "MRS COLLECTION".

2. METODE

Metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat adalah indentifikasi penggunaan media pemasaran pada UMKM MRS. COLLECTION dilanjutkan dengan Pelatihan Penggunaan aplikasi Shopee dan Evaluasi kegiatan. Tujuan dari Kegiatan ini yaitu untuk memberikan edukasi dan juga pelatihan serta pendampingan dalam pemanfaatan aplikasi Shopee yang mana tim berharap yang kegiatan ini berdampak positif pada pelaku UMKM MRS. COLLECTION. Kegiatan ini dilakukana pada Tanggal 10 – 25 Oktober 2022 yang berlokasi di Jl. Utama 1, Gang Budi Murni, Desa Kolam Pasar Rebbo, Tembung, Bandar Kilappa.

Untuk garis besar tahap pemecahan masalah antara lain :

1. Melakukan pengenalan dengan pelaku UMKM dan wawancara dara terkait usaha MRS. COLLECTION
2. Wawancara lanjutan serta melakukan persiapan pelatihan teknologi terhadap usaha MRS. COLLECTION
3. Pelaksanaan monitoring pengaplikasian teknologi terhadap pelaku usaha MRS. COLLECTION
4. Melakukan evaluasi dan wawancara terakhir terkait permasalahan yang terjadi dalam pengaplikasian yang mungkin terjadi selama penggunaan aplikasi Shopee dan juga untuk mengetahui feedback dari pelaku usaha MRS. COLLECTION juga tanggapan tentang tidak lanjut yang akan dilakukan pelaku usaha dan harapan di masa yang akan datang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jadi dari table 1 dibawah dapat disimpulkan bahwasannya tim melakukan bimbingan dari tahap awal hingga akhir dari penerapan pngunaan aplikasi yang dilakukan pemilik usaha Mrs.Colecction dan untuk tahap pertama tim PKM melakukan kunjungan terlebih dahulu untuk mensurvei lokasi untuk mengetahui bagaimana kondisi pemilik usaha yang akan diberikan pelatihan tentang media marketplace seperti shopee selain itu tim juga melakukan pengenalan terhadap pemilik usaha dan meminta izin dari pemilik usaha juga membuat rancangan dengan melakukan wawancara mendasar kepada pemilik usaha. Tahap kedua tim melakukan wawancara lebih mendalam terkait UMKM mrs.colecction dengan memulai pelatihan, praktek pembuatan akun pada aplikasi marketplace Shopee, cara menginput barang, detail barang, promosi dan sebagainya. Tim juga memberikan kesempatan pada pemilik Mrs.colecction untuk bertanya terkait hal yang belum paham dilanjut dengan evaluasi. Dan untuk tahap ketiga tim melakukan wawancara lanjutan untuk kendala-kendala apa saja yang terjadi dalam penerapan aplikasi Shopee.

Tabel 1. Kegiatan Pendahulu

HARI / TANGGAL	WAKTU	KEGIATAN
Senin, 10 Oktober 2022	14.00-16.00 WIB	1. Melakukan pengenalan diri terhadap pelaku UMKM MRS.COLLECTION. 2. Meminta izin terhadap pelaku UMKM MRS.COLLECTION. 3. Melakukan wawancara dasar dengan memberikan beberapa pertanyaan terhadap pelaku UMKM MRS.COLLECTION. 4. Membuat perjanjian pertemuan selanjutnya untuk menerapkan pengaplikasian teknologi yang hendak kami tuju.
Jum'at, 21 Oktober 2022	14.00-17.00 WIB	1. Melakukan wawancara lanjutan terhadap pelaku UMKM MRS.COLLECTION. 2. Mulai melaukan bimbingan pengaplikasian teknologi yang kami tuju kepada pelaku UMKM MRS.COLLECTION.
Senin, 25 Oktober 2022	14.00-16.00 WIB	1. Melanjutkan bimbingan pengaplikasian teknologi yang kami tuju terhadap pelaku UMKM MRS.COLLECTION
Senin, 25 Oktober 2022	14.00-16.00 WIB	1. Melakukan pengecekan terhadap pelaku UMKM MRS.COLLECTION terhadap bimbingan yang sudah dilakukan beberapa hari lalu. 2. Melakukan wawancara mengenai kendala-kendala yang mungkin dialami pelaku UMKM MRS.COLLECTION dalam pengaplikasian teknologi yang telah kami arahkan sebelumnya.

Untuk hasil wawancara yang tim lakukan dengan pemilik UMKM Mrs.colecction tersebut menerangkan bahwa usaha yang dia jalankan masih dilakukan dari rumah dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut dan dengan memposting ke media sosialnya seperti WhatsApp, Facebook dan juga Instagram.

Pelaku usaha tersebut mengakui ingin mencoba melakukan penjualan ke berbagai marketplace, namun dikarenakan satu dan lain hal yang menghalangi pelaku usaha tersebut untuk memulai nya. Salah satu yang menjadi hambatan pelaku usaha tersebut adalah adanya ketidak pahaman sistem penjualan melalui market place, pelaku usaha tersebut juga tidak paham cara pendaftaran penjualan ke market place, pelaku usaha juga tidak memahami dalam pengelolaan produk pada market place, mulai dari upload foto, nama produk, pencantuman harga dan sebagainya.

Maka tujuan dari program bimbingan pengaplikasian teknologi adalah, bagaimana memberikan pemahaman dan meningkatkan keterampilan pelaku UMKM agar memiliki kemampuan serta pemahaman dalam melakukan perencanaan usaha pada market place (Shopee). Mulai dari sistem penjualan pada market place (Shopee), pendaftaran usaha pada market place (Shopee), pengelolaan produk pada market place (Shopee), dan sebagainya.

2. Pelatihan

Tim melakukan pelatihan selama satu hari yang mana kegiatan pelatihan menggunakan media handphone disertai praktek langsung pembukaan toko di Marketplace Shopee dan untuk komunikasi tim

dengan pemilik UMKM Mrs.Colecction sangat baik karena pemilik sangat antusias dan fokus ketika tim memberikan arahan dalam pembuatan toko di aplikasi Shopee.

Selanjutnya untuk langkah-langkah dalam melakukan pembukaan toko di shopee akan penulis paparkan sebagai berikut :

1. Mendownload aplikasi Shopee lalu buka aplikasi
 2. Klik “Daftar” Pada halaman Dashboard Saya
 3. Masukkan Nomor Telepon yang aktif
 4. Masukkan Kode Verifikasi OTP yang dikirim ke Nomor Telepon yang di daftarkan sebelumnya dan buat password pada kolom diminta.
 5. Login dengan Nomor Telepon dan Password yang sebelumnya kita buat.
 6. Untuk membuka Toko dan mulai Berjualan klik “Mulai Jual”
 7. Klik “Mulai Pendaftaran”.
 8. Mengisi Profile Toko.
 9. Masukkan Data Kontak dan Alamat Toko.
 10. Aktifkan Jasa Kirim yang akan digunakan.
 11. Masukkan Foto & Data Produk Setelah itu klik tampilkan.
3. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Persiapan pelatihan pengaplikasian teknologi terhadap UMKM MRS.COLLECTION



Gambar 2. Kegiatan monitoring terhadap pelaku UMKM MRS.COLLECTION



Gambar 3. Melakukan evaluasi dan wawancara terakhir untuk mengetahui apakah terdapat kendala-kendala yang mungkin terjadi selama pelaku UMKM mengaplikasikan Teknologi yang telah kami arahkan sebelumnya.

Hasil penjualan (produk yang dibuat) yang terjual oleh pelaku UMKM Mrs.Collection.



Gambar 4. Gift boxes



Gambar 5. Produk bucket



Gambar 6. Gift boxes

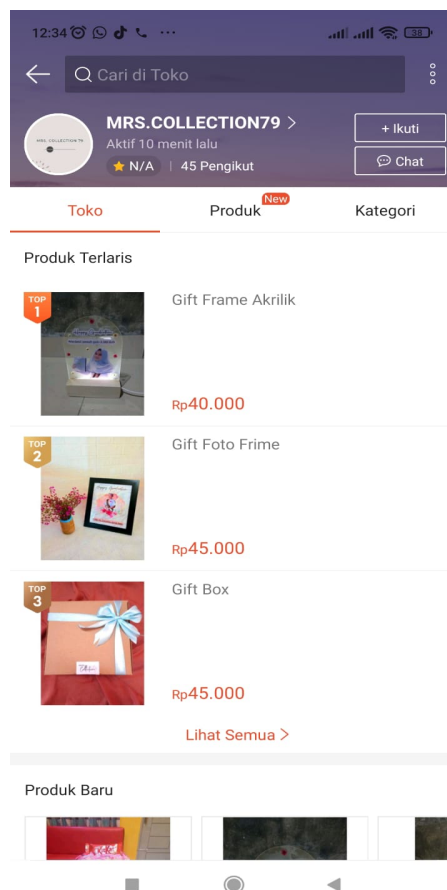


Gambar 7. Bingkisan kado



Gambar 8. Bucket snack cake

Akun pelaku UMKM Mrs.Collection yang berhasil didaftarkan di aplikasi Shopee



Gambar 13. Akun shoppe Mrs.Collection

4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan yang tim lakukan sebagai pendampingan penggunaan marketplace shopee dapat disimpulkan bahwasannya pendampingan ini dapat menjadi pengetahuan dan wawasan baru tentang cara pemasaran yang modren untuk itu diharapkan pelaku UMKM Mrs. Collection dapat terus mengaplikasikan aplikasi shopee sebagai wadah promosi. Selain itu ada hambatan pelaku UMKM Mrs. Collection ketika ingin menerapkan aplikasi Shopee ini yaitu tidak memahami secara detail tentang fitur-fitur yang ada. Pendampingan yang tim lakukan ada tindak lanjutnya untuk mengetahui sejauhmana perkembangan kinerja UMKM apakah pelaku benar-benar menerapkan aplikasi secara baik

dan apakah informasi yang tim berikan di cerna dengan matang selama pendampingan dan pelatihan. Tim juga melakukan evaluasi terkait kendala dalam penerapan aplikasi shopee di Mrs. Collection dengan menanyakan langsung apa penyebab kendala nya dan memberikan solusi alternatif yang mudah dipahami pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Baladraf, M.I.F., Sembodo, G., Hasanah, L.U & Pramono. A. (2018). Pelatihan Sukses Berbisnis Online Memajukan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemasaran Online Putat Jaya Surabaya. Jurnal Abdikarya : Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa, Februari 2018 Vol 01 No 1.
- D. Harto, S. R. Pratiwi, M. N. Utomo, dan M. Rahmawati, (2019) “Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM,” JPPM J. Pengabdi. Dan Pemberdaya. Masy., vol. 3, no. 1, hlm. 39–45.
- Dewi, S.K., & Garside, A.K. (2014). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Penjualan pada Home Industri Abon. Jurnal Teknik Industri, 15(2), 170-181.
<https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol15.No2.170-181>.
- Djamaludin., Aviasti., Rukmana, A.N & Rukmana, O. (2016) Peningkatan Kemampuan Usaha Kecil Menengah di Wilayah Bandung Raya dalam Pemanfaatan Internet Sebagai Sarana Pemasaran dan Perluasan Jangkauan Pasar. Ethos (Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat). Vol 4, No.1, Januari 2016.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2), 46–53.
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v1i2.45>
- Elisa Susanti. (2020). “Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor”. Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat, Volume 1, Nomor 2, Agustus 2020, Halaman 36-50.
- Ellworth,jill H and Methew V.Ells-Worth. (2012). Pemasaran Internet. Terjemahan Yulianto.Grasindo.Jakarta
- Harliana, H., Setiadi, O., Bachri, O. S. B., Iskandar, K., Fitralisma, G., Bhakti, R. M. H. (2020). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Secara Daring Pada Budidaya Ikan Koi Blitar. JAMU J. Abdi Masy. UMUS. vol. 1. no. 02. pp. 97–104.
- Muslikh& Suhirman Madjid. (2017). “Program Pendampingan Bagi Pelaku UMKM Menuju Usaha Yang Berdaya Saing dan Berbasis Teknologi Informasi di Cempaka Putih Jakarta Pusat”.
- Ni Komang Sri Julyantari, I Gst Agung Vony Purnama, Komang Budiarta, dan Putu riska Yunita Srinandari. (2022). “Digital Marketing Untuk Peningkatan Promosi Dan Pemasaran Produk Kembang Rampai Serta Perbaikan Manajemen Keuangan”. Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika. Vol. 2, No. 2 - November 2022, Hal. 40-48.
- Setiawan, T.F., Suharjo, B., Syamsun, M. (2019). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). Manaj. IKM J. Manaj. Pengemb. Ind. Kecil Menengah. vol. 13, no. 2. pp. 116. doi: 10.29244/mikm.13.2.116-126.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Winia Waziana. (2022) “Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis”.Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Vol.1, No.2, Mei 2022.
- Yolanda Masnita, Dida Nurhaida dan Hotman Tohir Pohan. (2021). “PENYUSUNAN RENCANA BISNIS UMKM Creation of a Business Plan for SMEs”. Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera, Volume 2, Nomor 1, halaman 33 – 42.