

Pelatihan Berjualan Online Berbasis Platform Marketplace yang Populer di Desa Pinggirsari

INFO PENULIS

Iswahyudi Hidayat
Universitas Telkom

Tito Waluyo Purboyo
Universitas Telkom

Novi Prihatiningrum
Universitas Telkom

Novan Sugianto
Universitas Telkom

Evan Alqhani Jasril
Universitas Telkom

Ivan Ronaldo Lumbanraja
Universitas Telkom

Syalsabilla Dewiana Putri
Universitas Telkom

Risma Nuridha Rezeki
Universitas Telkom

INFO ARTIKEL

ISSN: 2776-5148

Vol. 4, No. 1, Juni 2024

<http://almufi.com/index.php/AJPKM>

© 2024 Almufi All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Hidayat, I., Purboyo, T. W., Prihatiningrum, N., Sugianto, N., Jasril, E. A., Lumbanraja, I. R., Putri, S.D, & Rezeki, R. N. (2024). Pelatihan Berjualan Online Berbasis Platform Marketplace yang Populer di Desa Pinggirsari. *Almufi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4 (1), 153-159.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam memanfaatkan platform marketplace sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan. Pelatihan yang diberikan meliputi pemahaman dasar mengenai penggunaan marketplace, strategi pemasaran online, serta teknik fotografi produk yang efektif. Peserta pelatihan adalah warga desa yang memiliki usaha kecil dan menengah, namun belum memaksimalkan potensi pemasaran online. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan platform marketplace, yang diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan mereka.

Kata kunci: Online Marketplace, Shopee, Tokopedia

Abstract

This community service activity was conducted with the aim of enhancing the skills and knowledge of the community in utilizing marketplace platforms as a means to increase income. The training provided covered basic understanding of marketplace usage, online marketing strategies, and effective product photography techniques. The participants were villagers with small and medium enterprises who had not yet maximized the potential of online marketing. The results of this activity showed a significant improvement in the participants' understanding and ability to utilize marketplace platforms, which is expected to contribute to an increase in their income.

Keywords: Online Marketplace, Shopee, Tokopedia

A. Pendahuluan

Peningkatan teknologi dan akses internet telah membuka peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha mereka melalui platform online, khususnya marketplace. Namun, masih banyak pelaku usaha di desa-desa yang belum memanfaatkan peluang ini secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi tersebut. Padahal, dengan memanfaatkan marketplace, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan (Brahmantya, dkk., 2022; Hasan & Fatmawati, 2020).

Desa Pinggirsari, sebagai salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi di bidang usaha mikro, juga menghadapi tantangan serupa. Berdasarkan data profil desa, sebagian besar pelaku usaha di desa ini belum memaksimalkan penggunaan platform marketplace untuk memasarkan produk mereka (Desapedia, n.d.). Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan pelatihan yang dapat meningkatkan keterampilan digital dan pemasaran online masyarakat desa.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjawab kebutuhan tersebut dengan memberikan pelatihan yang komprehensif kepada warga desa mengenai penggunaan marketplace sebagai sarana pemasaran produk. Pelatihan ini mencakup aspek-aspek penting seperti pembuatan akun di marketplace, pengelolaan toko online, strategi pemasaran digital, serta teknik fotografi produk yang menarik. Materi pelatihan disusun berdasarkan modul pelatihan marketplace yang telah diterapkan secara luas dan terbukti efektif (Modul Pelatihan Marketplace di Shopee, n.d.; Lestari & Handayani, 2020).

Diharapkan melalui kegiatan ini, masyarakat desa dapat lebih percaya diri dan terampil dalam mengembangkan usahanya melalui platform digital, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka secara keseluruhan (Rahmawati & Nugraheni, 2019; Zainal & Hidayat, 2022). Kegiatan ini juga merupakan bentuk kontribusi nyata dari perguruan tinggi dalam membantu masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memanfaatkan potensi ekonomi yang ada. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada peserta, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan (Ali & Supriadi, 2021; Susanto & Pratiwi, 2022).

B. Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha di desa dalam memanfaatkan marketplace. Berdasarkan hasil survei, materi pelatihan disusun untuk mengakomodasi kebutuhan spesifik peserta. Selain itu, dilakukan juga koordinasi dengan pihak desa untuk menentukan waktu dan tempat pelaksanaan pelatihan serta rekrutmen peserta.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 27 Januari 2024, dari pukul 08.00 hingga 13.00, diselenggarakan di Ruang Kelas SMA Al-Huda Desa Pinggirsari. Acara ini akan diikuti

oleh 44 orang peserta yang merupakan siswa dan siswi SMA Al-Huda Ajasari. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan. Dengan melibatkan siswa/i SMA Al-Huda Ajasari, diharapkan acara ini dapat memberikan manfaat dan pengalaman yang berharga bagi semua peserta.

Fokus pelatihan pada beberapa topik utama:

Pengenalan Marketplace: Penjelasan mengenai konsep marketplace, keuntungan menggunakan marketplace, dan perbandingan berbagai platform yang tersedia.

Pembuatan Akun dan Pengelolaan Toko: Langkah-langkah praktis dalam membuat akun di marketplace, pengaturan toko online, dan pengelolaan produk.

Strategi Pemasaran Digital: Teknik pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan SEO untuk meningkatkan visibilitas produk.

Fotografi Produk: Pelatihan mengenai teknik fotografi yang dapat menarik calon pembeli, termasuk pencahayaan, pengaturan latar, dan editing dasar.

Tahap Evaluasi

Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi untuk menilai efektivitas kegiatan. Evaluasi ini dilakukan melalui kuesioner yang diisi oleh peserta dan wawancara langsung untuk mendapatkan umpan balik mengenai materi yang diberikan dan manfaat yang dirasakan. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan pemantauan lanjutan terhadap perkembangan usaha peserta untuk menilai dampak jangka panjang dari pelatihan yang telah diberikan.

Pendekatan metodologis ini dirancang untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh peserta dalam menjalankan usahanya melalui marketplace.

Partisipasi Mitra

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, mitra turut berperan dengan menyediakan fasilitas pendukung, termasuk tempat, ruang pelatihan, proyektor, dan peralatan lain yang dibutuhkan selama pelatihan. Menyediakan contoh produk-produk desa yang akan dipasarkan melalui online marketplace. Penyediaan infrastruktur pribadi untuk pelatihan, seperti smartphone, laptop, dan jaringan internet.

C. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan sejumlah hasil yang dapat diambil sebagai bahan evaluasi dan pengembangan lebih lanjut. Dari hasil evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan, ditemukan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai konsep dan penggunaan marketplace. Peserta yang sebelumnya tidak familiar dengan platform marketplace kini mampu membuat akun, mengelola toko online, dan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang diajarkan selama pelatihan.

Meskipun ada peningkatan pemahaman, beberapa peserta masih menghadapi tantangan dalam penggunaan teknologi, terutama dalam hal pengelolaan toko online yang membutuhkan konsistensi dan pemahaman lebih mendalam mengenai strategi pemasaran. Sebagian peserta yang kurang terbiasa dengan teknologi digital mengaku memerlukan waktu lebih lama untuk menguasai materi yang diberikan, terutama dalam hal teknik fotografi produk dan optimasi toko online.

Selama pelatihan, terlihat partisipasi aktif dan antusiasme yang tinggi dari peserta. Mereka secara aktif mengikuti setiap sesi, mengajukan pertanyaan, dan berdiskusi mengenai tantangan yang mereka hadapi. Antusiasme ini mencerminkan kebutuhan mendesak akan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha, terutama di wilayah pedesaan.

Pada gambar 1 diperlihatkan IPTEKS yang ditransfer kepada mitra. Dokumentasi kegiatan pelatihan ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 1. Gambaran IPTEKS yang ditransfer ke Mitra

Dari temuan-temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelatihan marketplace memiliki dampak positif dalam meningkatkan keterampilan digital masyarakat desa, terutama dalam hal pemasaran online.



Gambar 2. Dokumentasi rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat

Mengingat tingkat pemahaman teknologi yang beragam di kalangan peserta, pelatihan di masa depan mungkin perlu mempertimbangkan pendekatan yang lebih personal atau pembagian kelompok berdasarkan tingkat pengetahuan. Hal ini akan memungkinkan instruktur memberikan perhatian lebih kepada peserta yang membutuhkan bantuan tambahan.

Untuk memastikan keberlanjutan hasil pelatihan, program pendampingan pasca-pelatihan bisa menjadi langkah yang efektif. Pendampingan ini dapat berupa sesi konsultasi berkala atau penyediaan platform komunikasi bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan mendapatkan dukungan teknis.

Meskipun pelatihan ini memberikan dasar-dasar yang penting, beberapa peserta mungkin membutuhkan materi yang lebih mendalam, terutama terkait dengan strategi pemasaran digital yang lebih kompleks dan penggunaan fitur-fitur canggih di marketplace.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan keterampilan digital masyarakat desa. Namun, ada peluang untuk mengembangkan dan menyempurnakan program ini agar dampaknya lebih merata dan berkelanjutan.

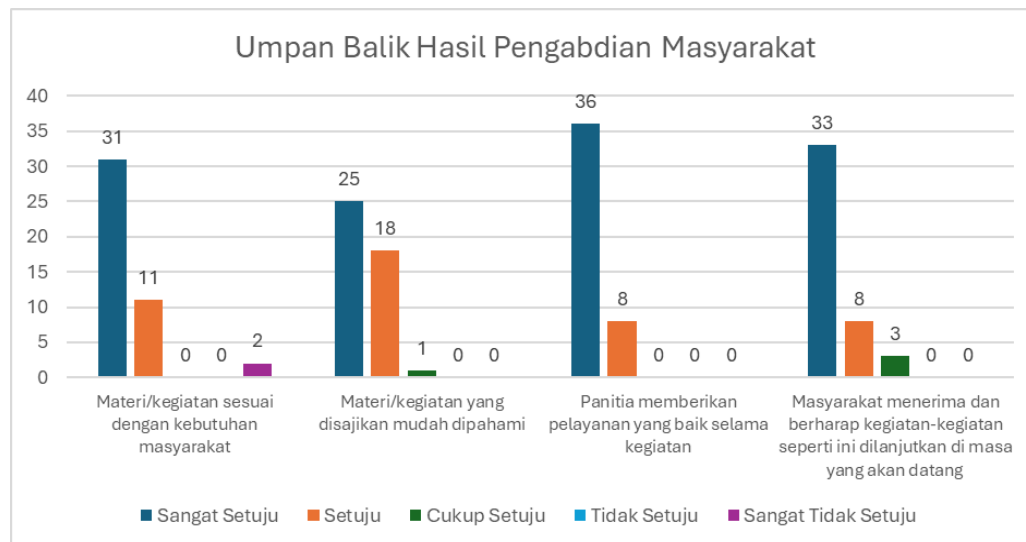
Umpan Balik Hasil Pengabdian Masyarakat

Pada tabel 1 dapat dilihat hasil survei Tingkat kepuasan peserta terhadap program pelatihan ini. Grafik umpan balik hasil pengabdian kepada Masyarakat dapat dilihat pada gambar 3.

Tabel 1 Umpan Balik Hasil Pengabdian Masyarakat

Survei	Tingkat Kepuasan					Rataan Skor Kepuasan	Persentase Kepuasan
	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju		
Materi/kegiatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat	31	11	0	0	2	91,36	95,45%

Materi/kegiatan yang disajikan mudah dipahami	25	18	1	0	0	90,91	100,00%
Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	36	8	0	0	0	96,36	100,00%
Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	33	8	3	0	0	93,64	100,00%
Total Skor	125	45	4	0	2	93,07	98,86%



Gambar 3. Grafik Umpan Balik Hasil Pengabdian Masyarakat

Tabel 1 mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta setuju dan sangat setuju dengan empat pertanyaan yang diajukan sebagai umpan balik. Oleh karena itu, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Al-Huda Desa Pinggirsari dapat terus berlanjut untuk memberikan kontribusi positif bagi SMA Al-Huda Desa Pinggirsari serta dunia pendidikan secara umum.

D. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang difokuskan pada pelatihan penggunaan marketplace telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan digital para peserta. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang cara memanfaatkan platform marketplace untuk memasarkan produk mereka secara efektif, yang berpotensi meningkatkan pendapatan usaha kecil dan menengah di desa. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan pelatihan yang tepat dan komprehensif, masyarakat desa dapat mengatasi keterbatasan pengetahuan teknologi dan mulai memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh pemasaran digital. Partisipasi aktif dan antusiasme peserta selama pelatihan menjadi indikasi kuat akan kebutuhan dan minat mereka terhadap pengembangan keterampilan digital. Meskipun demikian, ditemukan tantangan dalam penerapan teknologi secara konsisten dan pemahaman terhadap strategi pemasaran digital yang lebih kompleks, sehingga direkomendasikan agar pelatihan selanjutnya dilakukan dengan pendekatan lebih personal dan diikuti program pendampingan pasca-pelatihan untuk memastikan penerapan pengetahuan yang telah diperoleh. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak langsung dalam peningkatan keterampilan peserta, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan dengan memanfaatkan marketplace untuk membuka akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa di era digital ini.

E. Referensi

Aditya, R. K., & Saputra, A. (2021). Peran marketplace dalam pengembangan usaha mikro di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Pemasaran Digital*, 3(4), 112-126. Field, Kit. (2000 Ed/s). *Issues in Modern Foreign Languages Teaching*. London: RoutledgeFalmer.

- Ali, M., & Supriadi, H. (2021). Strategi pemasaran digital untuk UMKM di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 120-132.
- Brahmantya, A. P., dkk. (2022). Pemanfaatan marketplace Tokopedia untuk pengembangan usaha dalam meningkatkan perekonomian di tengah dampak pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*.
- Desapedia. (n.d.). Profil Desa Pinggirsari. Diakses pada 21 Agustus 2024, dari <https://pinggirsari.desa.id/>.
- Hasan, A., & Fatmawati, R. (2020). Pengaruh penggunaan marketplace terhadap peningkatan penjualan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(3), 256-267.
- Lestari, S., & Handayani, D. (2020). Efektivitas pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 76-84.
- Modul Pelatihan Marketplace di Shopee. (n.d.). Canva. Diakses pada 21 Agustus 2024, dari https://www.canva.com/design/DAFj_qXIEf8/T3UvN5W0h-YArSfxyow_og/edit?utm_content=DAFj_qXIEf8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton.
- Rahmawati, D., & Nugraheni, F. (2019). Pemberdayaan UMKM melalui teknologi digital: Studi kasus di Kabupaten Sleman. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 45-60.
- Susanto, Y., & Pratiwi, E. (2022). Peran e-commerce dalam meningkatkan daya saing produk lokal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(1), 98-110.
- Widodo, T., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh media sosial terhadap penjualan produk UKM di era digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 87-101.
- Zainal, A., & Hidayat, M. (2022). Analisis penerapan teknologi digital dalam pengembangan usaha mikro di pedesaan. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 11(3), 143-159.