

Pelatihan pemanfaatan aplikasi shopee dalam meningkatkan penjualan produk masyarakat Desa Paspas

Jefry Aulia Martha*, Alvianita Nur Wahyuni, Givsy Mea Cendani, Kuni Nur Faiza, Nailul Izzah Ayu Wardani

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: jefry.aulia.fe@um.ac.id

Paper received: 28-9-2021; revised: 12-10-2021; accepted: 19-10-2021

Abstract

The village economy is very important because it is the initial driver of a country's economy. The importance of economic development is also supported by the increasingly sophisticated technology that is present today. Increasing technology must be utilized as best as possible to facilitate all daily activities, one of which is increasing the business owned. Paspas Village as a village that has the potential to participate in keeping up with the times, especially regarding the use of technology. However, business actors in Paspas Village have not utilized digital technology properly, especially in selling products online. Digital marketing training activities began with providing knowledge about the importance of digital marketing and continued with direct practice of using the Shopee marketplace as a seller. With this training, it is hoped that it can foster the enthusiasm of business actors in increasing sales of their products and can be a new beginning for business actors in Paspas Village to take advantage of digital technology properly, especially implementing digital marketing so that there is progress or development in the Paspas Village economy.

Keywords: paspas village; digital marketing; marketplaces; businessmen; shopee

Abstrak

Ekonomi desa menjadi sangat penting karena sebagai penggerak awal perekonomian suatu negara. Pentingnya perkembangan ekonomi juga didukung makin canggihnya teknologi yang hadir saat ini. Teknologi yang semakin meningkat harus dimanfaatkan sebaik mungkin untuk memudahkan semua kegiatan sehari-hari salah satunya meningkatkan usaha yang dimiliki. Desa Paspas sebagai desa yang berpotensi harus ikut serta mengikuti perkembangan zaman terutama mengenai pemanfaatan teknologi. Namun pelaku usaha di Desa Paspas belum memanfaatkan teknologi digital dengan baik khususnya di penjualan produk secara online. Kegiatan pelatihan digital marketing diawali dengan memberikan pengetahuan tentang pentingnya digital marketing dan dilanjutkan dengan praktik langsung pemakaian marketplace Shopee sebagai penjual. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat memupuk semangat para pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan produknya serta dapat menjadi awal baru bagi pelaku usaha di Desa Paspas untuk memanfaatkan teknologi digital dengan baik khususnya menerapkan digital marketing sehingga ada kemajuan atau perkembangan di ekonomi Desa Paspas.

Kata kunci: desa paspas; digital marketing; marketplace; pelaku usaha; shopee

1. Pendahuluan

Sektor keuangan adalah bagian dari perekonomian nasional yang sangat penting. Sektor keuangan khususnya memainkan kedudukan selaku perantara jasa aktivitas ekonomi. Perekonomian suatu negara akan berjalan dan berawal dari perekonomian lingkup kecil yaitu perekonomian di desa. Menurut Harta Sima (Kesbangpol, 2020) bahwa "salah satu dari upaya-upaya meningkatkan ketahanan ekonomi suatu negara adalah menggerakkan ekonomi di desa".

Perkembangan ekonomi juga dibarengi dengan semakin canggihnya teknologi. Penggunaan smartphone dan internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Smartphone dan internet telah berubah menjadi kebutuhan pokok menyamain sandang dan pangan, tidak dapat dipungkiri bahwa keduanya dapat mempermudah kegiatan masyarakat sehari-hari. Perkembangan penggunaan internet menurut (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2021) menunjukkan bahwa “pengguna internet dari kuartal 2 tahun 2019-kuartal 2 tahun 2020 sebesar 196,71 juta jiwa dari total populasi 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia yang artinya dari seluruh populasi penduduk di Indonesia 73,7% telah mengakses internet”.

Perkembangan teknologi di bidang ekonomi ditandai dengan maraknya penggunaan aplikasi digital marketing. Menurut (Nurmansyah, 2019) “Digital Marketing adalah segala usaha untuk melakukan pemasaran produk dan jasa melalui marketplace”. “Marketplace merupakan platform yang memfasilitasi transaksi jual beli online” (Desiani et al., 2021). Penggunaan marketplace memiliki beberapa manfaat seperti meminimalisir biaya operasional, bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja serta memperluas jangkauan konsumen. Salah satu contoh marketplace yang banyak digunakan saat ini adalah aplikasi Shopee. Aplikasi Shopee merupakan aplikasi nomor 1 di Asia Tenggara dan Taiwan yang memiliki 12 juta penjual aktif serta 2,8M penjualan bersih sampai pada tahun 2020 (Shopee, 2021). Oleh karena itu, perlu diadakannya pelatihan digital marketing dan pengenalan menggunakan aplikasi Shopee.

Tempat pelatihan ini berada di Desa Paspan yang mana merupakan bagian dari Kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi. Luas wilayah Desa Paspan 491,387 Ha atau 4,91 km², yang terdiri dari Persawahan 224,211 Ha, Kebun 205,571 Ha, Pemukiman 42,224 Ha dan lahan kosong sebesar 19,381 Ha (Pemerintah Desa Paspan, 2021). Terlihat sesuai dengan luas persawahannya yang lebih besar dari luas pemukimannya bahwa Desa Paspan memiliki potensi hasil pertanian yang melimpah yang dapat menjadi sektor pendukung keberhasilan ekonomi di desa paspan.

“Desa Paspan memiliki 3 Perusahaan penggilingan beras yang menjadi pemasok persediaan beras di Kecamatan Glagah, selain potensi pertanian Desa Paspan memiliki letak wilayah yang cukup strategis, karena terletak pada jalan utama menuju ke Gunung Ijen” (Pemerintah Desa Paspan, 2021). Gunung Ijen merupakan objek wisata Gunung yang go internasional karena fenomena blue firenya. “Potensi yang baik pada sektor pariwisata Akbar Zoo Banyuwangi (AZB) merupakan objek wisata Edukasi yang pembangunannya hampir mencapai 100%” (Pemerintah Desa Paspan, 2021). Objek wisata ini nantinya akan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Paspan, terutama pada sektor Ekonomi karena didukung juga dengan jalan yang memiliki mobilitas tinggi.

2. Metode

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia “metode ialah sebuah cara kerja yang memiliki sistem dengan tujuan memudahkan pelaksanaan dari suatu kegiatan” (Setiawan, 2012). Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode partisipatif, pendampingan dan pelatihan di Desa Paspan Kecamatan Glagah Banyuwangi yang akan dipaparkan sebagai berikut:

2.1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan cara observasi lapangan serta wawancara yang dilakukan kepada pemerintah desa dengan tujuan memperoleh informasi mengenai perkembangan ekonomi dan potensi di desa paspan.



Sumber: Penulis

Gambar 1. Wawancara Perangkat Desa

2.2. Analisis data

Setelah memperoleh semua data dan informasi maka dilakukan analisis dan penyaringan informasi mana yang hendak dijadikan mitra kegiatan pelatihan ini.

2.3. Brainstorming dan desain konsep

Pencarian ide dan gagasan untuk membentuk rancangan kegiatan yang akan dilaksanakan. Proses brainstorming ini sendiri diharapkan dapat memunculkan ide-ide baru terkait dengan tema kegiatan yang dilaksanakan. Setelah dilakukan proses brainstorming maka hasilnya berupa desain konsep atau konsep acara seperti tujuan, filosofi dan rancangan kegiatan yang akan dilaksanakan serta apa saja yang diperlukan dan disiapkan untuk keberlangsungan kegiatan.

2.4. Kegiatan dan metode

Untuk melaksanakan program kerja ini akan diuraikan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian kegiatan

No.	Kegiatan	Metode	Bahan/ Alat
1	Penjelasan mengenai Digital Marketing	Diskusi & tanya jawab	Slide atau PPT
2	Penjelasan mengenai berbagai macam E-Commerce dan karakteristiknya	Diskusi & tanya jawab	Slide atau PPT
3	Penjelasan mengenai E-Commerce Shopee	Diskusi	Slide atau PPT
4	Pelatihan penggunaan aplikasi Shopee	Demonstrasi, praktek dan tanya jawab	Handphone, Aplikasi Shopee dan slide PPT

Sumber: Penulis

2.5. Sasaran Kegiatan

Setelah menjalankan berbagai tahapan metode yang digunakan maka diputuskan bahwa pelatihan digital marketing memiliki 3 sasaran utama (mitra) yakni UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) atau pelaku usaha, para aktivis desa yaitu karang taruna dan ibu-ibu PKK (Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga). Pemilihan mitra atau sasaran dari kegiatan ini adalah karena adanya pembatasan jumlah kerumunan dan sasaran yang telah dituju adalah yang paling cocok menerima manfaat dari adanya pelatihan ini serta pihak-pihak yang memiliki permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya. Harapannya ketiga sasaran tersebut dapat mewakili masyarakat desa paspan untuk menerima manfaat dari pelatihan digital marketing yang telah diadakan.

2.6. Permasalahan dan solusi dalam pelaksanaan kegiatan

Dalam proses pengerjaan program kerja pelatihan Pelatihan Digital Marketing Berbasis Aplikasi E-Commerce (Shopee) ini terdapat beberapa kendala baik dari faktor internal maupun faktor eksternal, beberapa kendala tersebut antara lain sebagai berikut: (1) Akibat pandemi ini banyak sekali UMKM yang beralih profesi sehingga hanya sedikit UMKM yang bisa menerima manfaat dari adanya pelatihan ini. (2) Penyesuaian jadwal dari masyarakat desa paspan atau sasaran pelatihan karena beragamnya profesi dan pekerjaan yang membuat waktu yang dimiliki sangat terbatas.

Dilihat dari uraian permasalahan diatas maka didapatkan solusi sebagai berikut: (1) Tidak hanya mengundang para pelaku usaha saja tapi juga menambah sasaran pelatihan yakni karang taruna dan ibu-ibu PKK desa paspan. Harapannya kedua aktivis desa tersebut dapat mensosialisasikan ilmunya lebih lanjut kepada masyarakat umum. (2) Kegiatan dilakukan pada malam hari untuk menyesuaikan jadwal para tamu undangan atau sasaran pelatihan yang kebanyakan bekerja saat siang hari.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini melibatkan beberapa mitra yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Paspan (usaha telur asin, sapu lidi dan penjual snack grosir) serta karang taruna dan Ibu-ibu Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Permasalah yang dialami ialah kurangnya inovasi di bidang marketing atau promosi produk apalagi di tengah pandemi seperti sekarang ini. Berikut ini hasil dan tahapan atau implementasi dari kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya.

Proses kegiatan pertama yakni menjelaskan tentang pentingnya peralihan dari promosi biasa menjadi digital marketing kepada mitra. Menurut (Chaffey, 2010) digital marketing adalah kegiatan yang dilakukan untuk tujuan pemasaran dengan bantuan teknologi digital. Di tahun 2013 (Chaffey, 2010) menambahkan bahwa digital marketing bukan hanya sekedar pemasaran namun juga membantu meningkatkan pengetahuan pelanggan dan memilih sesuai dengan kebutuhannya.



Sumber: Penulis

Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Marketing

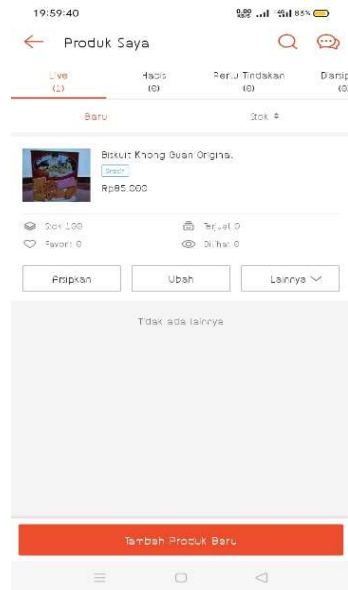


Sumber: Penulis

Gambar 3. Praktik mengoperasikan aplikasi Shopee

Proses kegiatan kedua ialah melakukan praktik langsung penggunaan aplikasi Shopee sebagai tempat jual beli online yang dapat dimanfaatkan oleh mitra kedepannya untuk menjual barang yang ditawarkan. Shopee adalah tempat jual beli online yang dapat di unduh melalui playstore maupun appstore secara gratis. Menu-menu yang disediakan oleh Shopee sudah terbilang lengkap dan dapat dimanfaatkan oleh mitra atau pelaku usaha.

Pada proses praktik pemanfaatan aplikasi Shopee yang dijelaskan adalah cara mendownload aplikasi Shopee, cara mendaftar sampai jadi akun yang diverifikasi oleh Shopee. Kemudian cara membuka lapak di aplikasi Shopee sampai di tahap mengunggah atau mengupload produk dan pengisian deskripsi produk yang akan dijual di aplikasi Shopee serta cara menjual kembali barang dengan sistem dropsiper.



Sumber: Penulis

Gambar 4. Tampilan pengupload-an produk di Shopee

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dipaparkan diatas, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan digital marketing ini mendapat respon yang baik dari mitra yang terkait. Mitra terkait juga antusias dalam mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Berdasarkan hasil wawancara di akhir kegiatan pengabdian masyarakat yang berupa pelatihan digital marketing ini maka dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Meningkatkan pemahaman mitra tentang berbagai macam digital marketing. (2) Meningkatkan keterampilan mitra untuk memanfaatkan E-commerce. (3) Meningkatkan pemahaman mitra tentang berbagai macam karakteristik E-Commerce yang dapat digunakan untuk menjual produknya. (4) Mitra telah mampu melakukan pemasaran online melalui aplikasi Shopee secara mandiri dan memposting produk untuk dijual melalui Shopee. (5) Mitra juga telah mampu memahami berbagai menu-menu khusus penjual di aplikasi Shopee untuk membantu melakukan penjualan barangnya di Shopee.

4. Simpulan

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan yakni berupa pelatihan digital marketing dan praktik langsung penggunaan aplikasi Shopee maka dapat disimpulkan dengan adanya pelatihan digital marketing nantinya dapat menjadi bekal para pelaku usaha dan mitra terkait untuk mengembangkan usahanya lebih lanjut, pelatihan ini juga memberikan pengetahuan baru bagi mitra terkait untuk mengembangkan ide kreatifnya sehingga dapat menciptakan usaha baru dan tercipta lapangan pekerjaan baru khususnya di Desa Paspas. Setelah mendapatkan pengetahuan baru tentang digital marketing para mitra telah mampu melakukan pemasaran online melalui aplikasi Shopee secara mandiri terutama memahami fitur-fitur khusus penjual di aplikasi Shopee. Untuk memajukan perekonomian di Desa Paspas, dari segi marketing atau promosi maka didapatkan beberapa rekomendasi yang dapat dilakukan di prospek pengabdian selanjutnya, yaitu pelatihan diharapkan tidak dilakukan satu kali saja namun dapat dilanjutkan beberapa kali, sehingga kemajuan mitra dapat dipantau dan sasaran pelatihan diharapkan lebih diperbanyak sehingga muncul lebih banyak pelaku usaha baru di Desa Paspas.

Ucapan Terima Kasih

Disampaikan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang yang telah mendukung kegiatan ini. Juga disampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Negeri Malang yang memfasilitasi kegiatan KKN pulang kampung periode 2021 sehingga dapat terlaksana dengan baik yang bermanfaat bagi masyarakat khususnya masyarakat Desa Paspan. Dan terima kasih kepada perangkat Desa Paspan beserta seluruh masyarakat desa yang telah menyambut baik kegiatan KKN pulang kampung di Desa Paspan periode 2021.

Daftar Rujukan

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2021). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
- Chaffey, D. (2010). *E-business & E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, 4th Edn*.
- Desiani, A., Irmeilyana, Putri, A. I., Yuniar, E., Calista, N. A., Makhalli, S., & Amran, A. (2021). Pemanfaatan marketplace shopee sebagai meningkatkan pemasaran kain songket. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), 209–219. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i2.9222>
- Kesbangpol. (2020). *Pentingnya Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Desa*.
- Nurmansyah, A. A. H. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Industri Kuliner di Kota Cimahi. *Jurnal Portofolio*, 16(1), 78–93.
- Pemerintah Desa Paspan. (2021). *Desa Paspan Kecamatan Glagah : Kabupaten Banyuwangi*.
- Setiawan, E. (2012). *Arti kata metode - Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Shopee. (2021). *Shopee Karir*.