



Pelatihan *Digital Marketing* Pada *Marketplace* Sebagai Strategi Pemasaran Produk Umkm Kelurahan Mlatibaru Semarang

Sulistiyorini^{*1}, Any Setyarini², Scorina Dwiantari³

Universitas Semarang^{1,2,3}

sulistiyorini@usm.ac.id¹, ririn_gt@yahoo.co.id², scorina@usm.ac.id³

Informasi Artikel

Diterima : 17-07-2023

Direview : 27-08-2023

Disetujui : 06-10-2023

Kata Kunci

Pelatihan, Digital Marketing, Marketplace.

Abstrak

Latar belakang kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini karena kurangnya pengetahuan mengenai *digital marketing* terutama pada penggunaan *marketplace* pada paguyuban UMKM Kelurahan Mlatibaru Kecamatan Semarang Timur. Paguyuban UMKM Mlatibaru sudah beroperasi cukup lama menggunakan pemasaran tradisional menawarkan dari mulut ke mulut, menawarkan ke hotel-hotel, dan orang-orang berdatangan untuk membeli kerumah. Paguyuban UMKM belum menerapkan pemasaran online dalam meningkatkan penjualan dan pengenalan kepada masyarakat luas. Padahal, pada zaman sekarang akses ke internet lebih besar untuk memasarkan UMKM kepada khalayak umum.

Berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan beberapa kegiatan untuk mengatasinya. Tujuan pengabdian masyarakat adalah Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam membuka toko online. Meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara online di berbagai *marketplace*. Meningkatkan pengetahuan dalam pentingnya berkreasi menggunakan *digital marketing* baik melalui aplikasi maupun melalui *website (web based)*. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah pelatihan *digital marketing* pada *marketplace* produk UMKM Kelurahan Mlatibaru Semarang.

Hasil dan Luaran yang diharapkan dari Pengabdian kepada Masyarakat di paguyuban UMKM Mlatibaru dapat menerapkan pengetahuan baru tentang pemasaran online menggunakan marketplace, memperoleh kemampuan dalam memasarkan produk secara online di berbagai *marketplace*, meningkatkan penjualan melalui *digital marketing* baik melalui aplikasi maupun melalui *website (web based)* yang dampaknya pada peningkatan penjualan dalam pemasaran paguyuban UMKM Mlatibaru.

1. PENDAHULUAN

Teknologi hadir dan menjadi bagian hidup manusia dewasa ini. Manusia seolah tak bisa berfungsi tanpa ponsel cerdas, tablet, dan komputer yang merupakan alat-alat produk teknologi modern. Berbagai aspek keseharian mulai dari bekerja, belanja, belajar, hingga

mencari informasi semuanya dilakukan dengan bantuan teknologi. Media online yang seringkali digunakan dalam *digital marketing* adalah media sosial, salah satunya shopee. Shopee memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di *marketplace* dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut (Naimah, 2020).

Pengertian UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Digital marketing merupakan salah satu solusi yang tepat bagi UMKM dalam mengembangkan jaringan pemasaran, baik nasional maupun internasional. Permasalahannya adalah masih rendahnya penggunaan digital marketing oleh pelaku UMKM (Siska, 2021).

Digital marketing menggunakan media online membawa produk ke pasar, yang tujuannya untuk menarik konsumen membeli dan berinteraksi dengan pelaku usaha. Digital marketing ini dapat mencakup promosi secara online hingga pemasaran online menggunakan market place (Nasution, 2022) Pemasaran online adalah upaya mempromosikan produk menggunakan *platform* online yang bisa diakses melalui internet. Adapun aplikasi toko online saat ini yang berkembang pesat dan menawarkan segala layanannya secara gratis, seperti; Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain-lain. Memulai bisnis online tentu membutuhkan teknik dan strategi pasar yang akan dijalankan seperti rencana keuangan, membuat daftar (list) produk yang ditawarkan, serta teknik membuka toko virtual (aplikasi E-marketing) yang akan menampilkan produk (Prihatini, 2022).

Mengingat pengguna internet secara global sudah mencapai lebih dari 4 miliar orang, banyak bisnis mulai berbondong-bondong memilih memakai pemasaran online. Terbukti, jumlah budget yang gelontorkan untuk iklan online selalu naik tiap tahunnya. Di zaman serba online seperti sekarang, pemasaran online nampaknya jauh lebih menguntungkan dibanding pemasaran tradisional. Apalagi, hampir semua orang pasti menggunakan internet setiap hari.

Ibu Windari Soelistyowatie adalah penggerak UMKM di Kelurahan Mlatibaru yang bernama Paguyuban UMKM Mlatibaru. UMKM ibu Windari Soelistiyowatie sudah beroperasi

cukup lama permasalahan yang dihadapi mitra dalam strategi pemasaran masih menggunakan cara yang tradisional yaitu dengan menawarkan produk dari mulut ke mulut, menawarkan produk ke hotel-hotel, membawa produk UMKM ke tempat yang mengadakan kegiatan, melayani pemesanan dengan COD serta menerima orang-orang yang berdatangan untuk membeli produk kerumah. UMKM mitra belum menerapkan pemasaran online dalam meningkatkan penjualan dan pengenalan kepada masyarakat luas. Padahal, pada zaman sekarang akses ke internet lebih besar untuk memasarkan UMKM kepada khalayak umum.

Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM dalam membuka toko online.
2. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara online di berbagai *marketplace*.
3. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM dalam berkreasi menggunakan *digital marketing* baik melalui aplikasi maupun melalui website (web based).

Solusi Yang Di Tawarkan

Solusi yang diberikan terhadap permasalahan yang dihadapi paguyuban UMKM Kelurahan Melatibaru, Pedurungan Semarang dalam meningkatkan penjualan, pemasaran online dan mengoperasikan *digital marketing* yaitu :

2. METODE PELAKSANAAN

Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan upaya meningkatkan penjualan UMKM melalui membuka toko online, pemasaran online, serta penggunaan *digital marketing* akan meningkatkan pemahaman mitra mengenai pemasaran online dan mengenalkan produk kepada khalayak umum dan dampaknya pada peningkatan penjualan UMKM, apabila dengan *digital marketing* melalui *marketplace* shopee dan tiktok dapat dilakukan dengan baik dan sabar karena untuk pendatang baru dalam dunia online harus mencari pelanggan dan melakukan prosedur berjualan online dan dioperasikan dengan baik akan menekankan suatu permasalahan yang terjadi dalam pemasaran UMKM. Kegiatan pengabdian di Paguyuban UMKM Kelurahan Mlatibaru, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang terdiri dari empat tahap yaitu persiapan dan observasi mitra dan pendampingan, tahap pelaksanaan dan pelatihan, tahap evaluasi, tahap pelaporan.

a. Tahap Persiapan dan Observasi Mitra

Tahap pertama yang dilakukan pada pengabdian adalah dengan melakukan persiapan, dimana team pengabdian melakukan observasi pada mitra untuk menentukan permasalahan yang terjadi pada mitra sehingga team pengabdian bisa memberikan solusi yang akan ditawarkan kepada mitra. Tahap kedua membuat proposal untuk diajukan kepada mitra untuk memberikan solusi permasalahan yang terjadi pada mitra pengabdian mengenai pemahaman mitra dalam membuka toko di *marketplace* shopee dan tiktok, pemasaran produk diberbagai *marketplace* shopee dan tiktok, serta pentingnya berkreasi menggunakan *digital marketing*. Tahap terakhir dalam observasi adalah memberikan pendampingan mengenai upaya meningkatkan penjualan melalui pemasaran di berbagai *marketplace*.

b. Tahap Pelaksanaan dan Pelatihan

Pada tahap pelaksanaan pendampingan dan pelatihan kepada mitra, pertama tim pengabdian memberikan solusi mengenai pemahaman mitra dalam pembuatan toko di berbagai *marketplace* shopee dan tiktok dan memberikan pelatihan dalam membuat toko online di *marketplace* shopee dan tiktok, serta dalam mengoperasikan cara pemasaran online di *marketplace* shopee dan online.

c. Tahap Evaluasi

Pada tahapan evaluasi terhadap program pendampingan edukasi dan pelatihan dilaksanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program kegiatan pengabdian melalui pretes dan post test dengan memberikan pertanyaan yang tim pengabdian berikan sebelum melaksanakan pendampingan edukasi dan pelatihan, kemudian pertanyaan yang tim pengabdian berikan setelah pelaksanaan pendampingan edukasi dan pelatihan pengabdian kepada masyarakat.

d. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan merupakan tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian, dimana tim pengabdian melakukan pelaporan mengacu pada kegiatan yang diselenggarakan pada paguyuban UMKM Kelurahan Mlatibaru Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang.

Metode Pelaksanaan Pengabdian

Mengenai metode pengabdian yang akan dilaksanakan tentang “ ” berupa presentasi ceramah pendampingan edukasi dan pemaparan materi secara langsung kepada mitra.

Adapun penjelasan mengenai metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut dengan cara:

Metode Ceramah

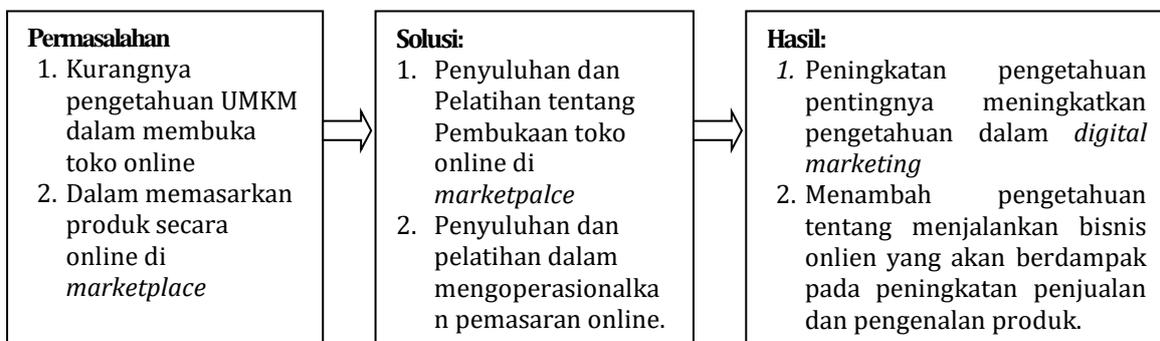
Dengan metode ceramah ini tim PkM melakukan presentasi kepada mitra mengenai pentingnya penggunaan *digital marketing* guna meningkatkan penjualan melalui membuka toko online di *marketplace* shopee dan tiktok, pemasaran online di *marketplace* shopee dan tiktok, serta berkreasi menggunakan *digital marketing* untuk pemasaran melalui pemaparan atau presentasi dengan memberikan penjelasan dan tanya jawab untuk mengetahui pemahaman mitra dalam materi yang dijelaskan, sehingga diharapkan dengan tanya jawab mitra nantinya akan mendapatkan pemahaman lebih mendetail dan dapat langsung dipraktikkan dalam payuban UMKM.

Metode Praktek

Dengan metode praktik secara langsung tim pengabdian memberikan pelatihan kepada paguyuban UMKM Kelurahan Mlatibaru Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang mengenai proses membuat toko online pada *marketplace* shopee dan tiktok, memasarkan produk UMKM pada toko online yang telah dibuat serta berkreasi menggunakan *digital marketing*. Diharapkan metode praktik ini mampu meningkatkan penjualan pada paguyuban UMKM Mlatibaru dalam memasarkan produknya pada *marketplace* shopee dan tiktok, selanjutnya paguyuban UMKM bias mensosialisasikan seluruh pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Mlatibaru.

Pemecahan masalah dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini melalui permasalahan mitra, solusi yang di tawarkan dan hasil yang akan didapatkan akan meningkatkan pengetahuan mitra dalam menjalankan *digital marketing* guna meningkatkan penjualan serta memperluas dan pengenalan produk ke khalayak.

Kerangka Pemecahan Masalah



3 HASIL DAN PEMBAHASAN

PELAKSANAAN KEGIATAN

Urutan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut :

1. Edukasi dan Pendampingan mitra dalam mengenal dan membuka toko online melalui *marketplace* Shopee



Gambar 1. Tim PkM USM memberikan pengenalan digital marketing menggunakan marketplace.

Pada kegiatan edukasi dan pendampingan dilakukan dengan mendampingi mitra dalam mengenal dan membuka toko online di antaranya:

- a. Pengenalan *Marketplace*: Pada kegiatan ini dimulai dengan pengenalan tentang teknologi informasi dan teknologi digital dalam memasarkan produk UMKM membawa dampak baik bagi kelangsungan bisnis. *Marketplace* mendukung UMKM untuk semakin go digital sehingga memberikan kemudahan bagi penjual dan pembeli untuk saling menemukan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, yaitu UMKM dapat menjual produk atau jasanya, dan pembeli dapat menemukan produk atau jasa yang mereka inginkan dalam satu tempat secara online. Kemudian dengan menggunakan *marketplace* memiliki banyak keuntungan yaitu
 1. Jumlah pengguna yang terus meningkat.
 2. Tidak membutuhkan modal besar.
 3. Meningkatkan visibilitas produk
 4. Proses transaksi mudah dan aman
 5. Mempermudah manajemen inventaris
 6. Dapat membantu pertumbuhan usaha.

7. Membangun kepercayaan pelanggan.

2. Diskusi dan Tanya Jawab



Gambar 2. Tim Dosen PkM USM dan Pelaku UMKM melakukan diskusi dan tanya jawab

Menggali pengetahuan mitra UMKM mlati baru dalam memnafaatkan digital marketing. Pada kegiatan pengabdian ini tim pengabdi memberikan pertanyaan sebelum dilakukanya kegiatan PkM (*Pre-test*) dan pertanyaan sesudah dilakukan kegiatan PKM (*Post-test*). Dimana tim pengabdi memberikan pertanyaan dengan menggali pengetahuan mitra apakah sudah memanfaatkan teknologi digital dengan membuka toko online serta memasarkan produk pada *marketplace* shopee dengan berbagai tahapan dalam memberikan pertanyaain yaitu apakah mitra UMKM kenal dengan toko online. Pentingnya penggunaan *marketplace* untuk pemasaran digital. Serta pentingnya penggunaan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM.

3. Praktek dalam proses membuat toko online dan memasarkan produk.



Gambar 2. Tim Dosen PkM USM melakukan pendampingan dan pelatihan dalam membuka toko online serta memasarkan produk UMKM (Sumber: Dokumentasi 2023).

Pada kegiatan pengabdian ini tim pengabdi melakukan praktek dan pendampingan dalam membuka toko online pada *marketplace* shopee karena pelaku UMKM belum memiliki toko online sehingga belum memasarkan produk dengan *marketplace*. Oleh

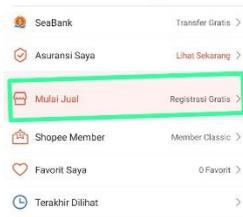
karena itu tim pengabdian memberikan pelatihan dalam membuka serta mengoperasikan toko pada *marketplace* shopee yaitu dengan cara dibawah ini:

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Namun cukup menggunakan *smartphone* anda, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari.

Cara membuka toko di shopee untuk pemula.

1. Buka wevsite shopee di browser yaitu <https://shopee.co.id>
2. Akun shopee telah dibuat dengan nama windari sulistyio
3. Kemudian mendaftarkan akun untuk menjadi penjual

Buka pada menu Saya kemudian pilih mulai jual dan ikuti langkahnya.



4. Kemudian mendaftar untuk memulai berjualan,daftar sebagai penjual
5. Mulai pendaftaran dnegan mengatur informasi toko, dengan mengisi nama toko yang akan dipakai, alamat dan jasa pengiriman, alamat email yang akan dipakai untuk komunikasi dan pengiriman kode OTP, no telepon yang digunakan serta melanjutkan ke langkah selanjutnya.
6. Setelah mengantur informasi akun, langkah selanjutnya yaitu upload produk dengan menambahkan produk dengan foto atau video, dengan mengisi semua yang diminta pada *marketplace* shopee dari deskripsi produk, kategori, produk berbahaya atau tidak, variasi, harga. Stok, grosir, merek, dll) kemudian tampilkan.
 - Masukan nomor telepon lalu klik **Verifikasi**. Anda akan mendapat kode verifikasi melalui SMS ke nomor tersebut kemudian masukkan kode tersebut di kotak **Kode Verifikasi**.
 - Masukan username, password dan konfirmasi password.
 - Masukan kode caphca sesuai dengan captcha disebelahnya.

- Klik tombol Daftar

Selain mengisi form, Anda juga bisa mendaftar melalui Facebook atau Email.

7. Mitra sudah berhasil registrasi di shoppe dan mitra dapat mengoperasikan toko online yang sudah dibuat untuk berjualan produk yang dimiliki guna meningkatkan penjualan.

HASIL KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Hasil Pengabdian kepada Masyarakat yang telah kami lakukan mengenai “Pelatihan Digital Marketing pada Marketplace Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM Kelurahan Mlatibaru Kecamatan Semarang Timur” adalah sebagai berikut:

- a. Mitra UMKM kelurahan Mlatibaru sangat antusias dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ditunjukkan oleh mitra UMKM Kelurahan Mlatibaru dalam kegiatan pendampingan dan pelatihan penggunaan *marketplace* shopee, dimana mitra UMKM Kelurahan Mlatibaru akan menerapkan dan membuka toko online pada *marketplace* shopee yang selama ini belum pernah menggunakan manfaat dari digital marketing. Karena selama ini pemasaran dilakukan secara tradisional dengan menawarkan dari mulut ke mulut, system COD, menitipkan produk ke hotel, menunggu pelanggan untuk datang kerumah.
- b. Peran aktif mitra UMKM Kelurahan Mlatibaru dalam mengikuti setiap tahapan pemaparan materi melalui pemberian pertanyaan pre-test dan post-test, tanya jawab yang diberikan tim pengabdian kepada mitra UMKM Kelurahan Mlatibaru terlihat dari mitra UMKM Kelurahan Mlatibaru dalam menceritakan kepada kami tim pengabdian untuk mencari solusi akan masih menggunakan pemasaran tradisional dalam memasarkan produknya dari berbagai masalah yang dihadapi dan hambatan yang terjadi akibat kurangnya pemahaman dan pengetahuan akan pentingnya penggunaan dan pemanfaatan HP untuk *digital marketing* dalam memasarkan produknya.
- c. Keaktifan mitra UMKM Kelurahan Mlatibaru dalam mengikuti praktek pembuatan toko online pada *marketplace* terlihat dari mitra UMKM antusias untuk menerapkan membuat toko online dan memasarkan produk pada *marketplace* shopee. Dalam praktek pembuatan tim pengabdian mendampingi langsung tahap-tahap pembuatan diawali dengan membuat alamat email yang akan dipakai untuk mendaftarkan akun dalam membuka toko online pada *marketplace* shopee. Setelah mitra UMKM terdaftar dan sudah memiliki akun toko online, kemudian tim pengabdian juga

mendampingi dalam mengunggah produk untuk dipasarkan dalam akun toko online yang sudah terdaftar. Mitra UMKM Kelurahan Mlatibaru sangat termotivasi untuk menjalankan toko online yang telah dibuat, karena selama ini mitra UMKM Kelurahan Mlatibaru belum menerapkan pemanfaatan *marketplace* untuk memasarkan produknya.

KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan dan pelatihan serta tanya jawab dalam memotivasi pelaku UMKM untuk mengoperasionalkan *marketplace* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan peserta UMKM Kelurahan Mlatibaru berjalan dengan baik dan lancar.
2. Kegiatan PkM ini dapat meningkatkan pemahaman pentingnya penggunaa digital marketing dalam memasarkan produk UMKM.
3. Mampu meningkatkan pengetahuan serta pemahaman peserta tentang pentingnya strategi pemasaran melalui penengenalan dan membuka toko online pada *marketplace* shopee.
4. Memotivasi pelaku UMKM Kelurahan Mlatibaru untuk memasarkan produk dengan menggunakan *marketplace* shopee.
5. Melalui praktek dalam mengelola toko online untuk meningkatkan penjualan dengan berkreasi dalam penggunaan *marketplace* shopee.

SARAN

1. Pelaku UMKM Kelurahan Mlatibaru memiliki keunggulan untuk memperluas dalam memasarkan produk UMKM dengan mengenal dan membuka toko online pada marketplace akan memberikan pengetahuan dan pengenalan penggunaan digital marketing melalui marketplace shopee yang sebelumnya menggunakan pemasaran tradisional akan dikembangkan dengan pemasaran secara digital.
2. Pelaku UMKM Kelurahan Mlatibaru apabila dapat menerapkan digital marketing dengan baik, dioperasionalkan secara teratur akan memudahkan produk dikenal pada masyarakat luas, sehingga dengan menerapkan pemasaran *digital* melalui *marketplace* shopee apabila dikelola dengan baik dapat meningkatkan penjualan produk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Naimah, R. J. (2020). *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal Impact : Implementation and Action Volume 2, Nomor 2, 2020.*<https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>.
- Nasution, M. A. (2022). *Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Digital Marketing kepada Pelaku UMKM di Desa Saentis Kabupaten Deli Serdang.*
- Prihatini, P. (2022). *Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga Majelis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi.*
- Siska, E. (2021). *Pelatihan Digital Marketing Pada Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pulo Gadung Jakarta Timur Pada Masa New Normal. Jurnal Abdimas Perbanas.*<https://www.nesabamedia.com/cara-membuat-toko-di-shopee/>.