

PEMANFAATAN MEDIA SHOPEE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM BONEKA DOLPIN

¹Annisa Febriyanti, ²Yayan Alpian

mn20.annisafebriyanti@mhs.ubpkarawang.ac.id, yayanalpian@ubpkarawang.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan
Karawang.

Abstrak

Perkembangan teknologi semakin melonjak naik. Salah satunya Internet, kecanggihan yang terus meningkat dan kemudahan akses yang berkembang semakin menarik perhatian masyarakat. Hal ini mampu mendorong peningkatan penjualan bagi para UMKM karena adanya kemudahan akses dan fitur promosi yang diterapkan. Pelatihan ini akan membantu UMKM Boneka Dolpin dalam mengembangkan keahlian dan pengetahuan mereka tentang pemasaran digital yang efektif. Metode yang digunakan adalah metode reflektif untuk mencerminkan pengalaman dan pembelajaran pribadi selama KKN serta memberikan pandangan mengenai peningkatan kedepannya, UMKM Boneka Dolpin akan belajar tentang cara mengenai market place Shopee. Shopee merupakan sebuah aplikasi mobile dan website yang bergerak di bidang marketplace online yang menyediakan fitur promosi serta menjanjikan kenyamanan penjual dan pembeli, yang menyebabkan adanya peningkatan laba apabila seorang penjual menjual produknya melalui marketplace online ini. Strategi penjualan yang dilakukan pihak Shopee sangat baik sehingga hal ini menjadikan penjual dan pembeli lebih nyaman dalam berbelanja. Dapat disimpulkan membantu UMKM Boneka Dolpin untuk meningkatkan pemasaran digital menjadi lebih maju dan semakin sukses.

Kata Kunci: Shopee, Media Promosi, UMKM Boneka

Abstract

Technological developments are increasingly increasing. One of them is the Internet, its everincreasing sophistication and growing ease of access is increasingly attracting people's attention. this is able to encourage increased sales for UMKM due to the ease of access and promotional features that are implemented. This training will help Dolpin Dolls UMKM in developing their skills and knowledge about effective digital marketing. The method used is a reflective method to reflect personal experience and learning during the Community Service Program and provide

views on future improvements, Dolpin Dolls UMKM will learn about the Shopee market place. Shopee is a mobile application and website engaged in the online marketplace sector that provides promotional features and promises seller and buyer convenience, which results in increased profits when a seller sells his product through this online marketplace.

The sales strategy carried out by Shopee is very good so that this makes sellers and buyers more comfortable in shopping. It can be concluded that helping Dolpin Puppet UMKM to improve

Pendahuluan

Dalam melakukan pemasaran online, Pelaku UMKM dapat mengkomunikasikan produk secara intensif dengan melakukan pemasaran produk memanfaatkan media sosial dan market place untuk dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi, pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan akses internet, memanfaatkan social media dan market place maupun perangkat digital lainnya dalam membantu para pelaku UMKM mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka mampu memperluas pasar baru. Menurut Septianus Angga Wicaksono, 2018. Seiring dengan waktu, perkembangan teknologi semakin melejit naik. Internet misalnya, kecanggihan yang terus meningkat dan gampang di akses yang berkembang semakin melejit, dengan unggulnya teknologi ini akhirnya menjadikan teknologi sebagai kebutuhan untuk masyarakat. Internet dapat berperan untuk menjadi alat yang dibutuhkan dalam mendukung kepentingan manusia, misalnya seorang penjual dalam mempublikasikan produknya dan konsumen yang membutuhkan produk yang dijual oleh penjual. ketika pembicaraan usaha seperti: pembelian, penjualan, pemesanan dan periklanan dapat dilakukan dengan memanfaatkan media internet atau e-commerce.

Shopee yaitu sebuah platform online marketplace yang digunakan buat mempraktikkan jual beli barang secara aktif serta gampang. Produk yang ditawarkan oleh aplikasi ini sangat beragam mulai dari garmen, hp, produk boneka, produk kecantikan, elektronik, instrumen olahraga, obat-obatan, perabotan rumah, alat tulis kantor hingga makanan dan minuman. Layanan shopee diterapkan dalam interaksi antara produsen dan pihak konsumen dengan cepat, mudah serta tepat. Keunggulan shopee bukan hanya transaksi bisnis online namun shopee juga menjadi penghasil lapangan kerja yang cukup besar dan mudah untuk dikerjakan. Dikarenakan keunggulan-keunggulan shopee inilah shopee dikenal marketplace besar di Indonesia. Di Indonesia aplikasi ini bergerak aktif di akhir bulan Juni 2015. Meskipun masih baru namun perkembangan shopee sangat

pesat hal ini Dibuktikan dengan besaran transaksi shopee di kuartal ketiga tahun 2018 tertulis sebesar US\$2,7 miliar atau senilai Rp 39,4 triliun. anggran ini meningkat 152,7% daripada era yang sama tahun 2017 berkisar US\$ 1,1 miliar (Setyowati, 2018). Angka pengguna layanan Shopee meningkat sebesar 150% daripada kuartal ketiga tahun 2017. Di Indonesia, aplikasi Shopee sudah diinstal sebanyak 74 juta kali melalui Google Playstore. Hal ini akan membantu meningkatkan kehadiran online dan meningkatkan kompetisi mereka sebagai pemain dalam industri boneka. Dalam persaingan yang semakin sengit di pasar global, penelitian ini memberikan kesempatan bagi Boneka Dolphin untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Melalui transformasi digital dan penggunaan media digital secara maksimal, diharapkan UKM ini dapat tetap bersaing dan meningkatkan keberhasilan mereka dalam bisnis boneka (Yanto et al., 2023).

Metode

Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan di Desa Kutaraharja, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41374. adapun waktunya terhitung dari tanggal 01 Juli – 31 Juli 2023. Laporan ini menggambarkan bahwa metode laporan dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berada di Desa Kutaraharja UMKM Boneka Dolpin merupakan objek untuk dikaji dengan mencari permasalahan yang ada, selanjutnya mengkaji permasalahan untuk menemukan solusi yang tepat sehingga dapat bermanfaat bagi pelaku UMKM tersebut. Bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk boneka Dolpin yang diproduksi oleh UMKM. Metode ini menggunakan metode reflektif mencerminkan pengalaman dan pembelajaran pribadi selama KKN serta memberikan pandangan mengenai peningkatan kedepannya. Para pelaku UMKM Boneka Dolpin diberikan pengetahuan tentang teknik-teknik digitalisasi seperti media sosial, pembuatan website, dan penggunaan platform e-commerce. Pelatihan ini juga melibatkan pemahaman tentang analisis pasar dan strategi pemasaran yang efektif di lingkungan digital. Para peserta diajak untuk membuat strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar mereka. Selain itu, pelatihan juga mencakup pengenalan tentang penggunaan perangkat digital seperti smartphone dan pengeditan gambar. Setelah pelatihan, para pelaku UMKM menerapkan pembelajaran tersebut dalam meningkatkan pemasaran boneka Dolpin. Mereka menggunakan media sosial dan berpartisipasi dalam platform e-commerce untuk mempromosikan produk dan menjangkau konsumen potensial. Hasilnya, pemasaran UMKM Boneka Dolpin berhasil meningkat dengan adanya peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan. UMKM Boneka Dolpin juga berhasil menciptakan citra merek yang kuat

dan dikenal baik di pasar lokal dan internasional.

Hasil dan Pembahasan

Awal mula berdirinya Rumah Boneka Ijahamad ini berawal dari pemilik bekerja dengan salah satu konveksi yang ada di daerah Karawang, sehingga pemilik memiliki skill dalam menjahit dan pemilik memulai usaha Boneka Dolpin ini pada tahun 2019 dengan modal Rp. 500.000. UMKM ini memproduksi Boneka Dolpin yaitu Boneka Dolpin dengan berbagai macam varian ukuran, warna, desain Beralamat di Desa Kutaraharja Kec. Banyusari Kab. Karawang. Untuk melakukan penjualan produk yang dihasilkan, kerajinan tangan ini melakukan kerjasama dengan tenaga penjual yang disebut sebagai mitra dagang. Dari hasil produksi Rumah Boneka Ijahamad bisa menghasilkan 50-100 boneka perharinya dan untuk 1000 perminggunya bahkan bisa lebih sesuai dengan pesanan yang datang.



Gambar 1. Logo UMKM Boneka Dolpin

Meningkatkan pemasaran Boneka Dolpin pada UMKM melalui penggunaan market place, UMKM Boneka Dolpin berhasil memanfaatkan marketplace untuk memperluas cakupan pasar dan meningkatkan penjualan produk dengan memberikan berbagai kemudahan bagi UMKM Boneka Dolpin dalam mempromosikan produk mereka melalui media sosial, situs web, dan platform jual-beli online. Selain itu, dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang efektif, UMKM Boneka Dolpin juga mampu mengidentifikasi target pasar yang berpotensi dan meningkatkan hasil penjualan.

Pelatihan Pendaftaran ke Shopee Dalam kegiatan ini para UMKM dilatih tentang bagaimana mendaftarkan ke Tokopedia. UMKM Boneka Dolpin diberikan pelatihan dan belajar mendaftarkan

ke Shopee secara online dengan dipandu oleh ekspert dan didampingi oleh mahasiswa/i kkn UBP 2023 (Kalsum et al., 2022). Langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Menginstall aplikasi Shopee
2. Klik “gabung sekarang”
3. Klik “izinkan Shopee mengelola panggilan telpon”
4. Masukkan nama lengkap
5. Buat PIN Shopee
6. Pilih menu utama
7. Klik “buka toko gratis”
8. Masukkan info toko
9. Berikan info tentang penjualan sebelumnya
10. Isi nama produk yang akan dijual lengkap dengan harga dan jumlah stok
11. Infokan lokasi UMKM



Gambar 2. Pembuatan Akun Shopee Kepada Pemilik UMKM Boneka Dolp



Gambar 3. Market Place Shopee “UMKM Boneka Dolpin”

Kesimpulan

Awal mula berdirinya Rumah Boneka Ijahamad ini berawal dari pemilik bekerja dengan salah satu konveksi yang ada di daerah Karawang, sehingga pemilik memiliki skill dalam menjahit dan pemilik memulai usaha Boneka Dolpin ini pada tahun 2019, UMKM ini memproduksi Boneka Dolpin yaitu Boneka Dolpin dengan berbagai macam varian ukuran, warna, desain Beralamat di Desa Kutaraharja Kec. Banyusari Kab. Karawang. Untuk melakukan penjualan produk yang dihasilkan, kerajinan tangan ini melakukan kerjasama dengan tenaga penjual yang disebut sebagai mitra dagang. Dari hasil produksi Rumah Boneka Ijahamad bisa menghasilkan 50-100 boneka perharinya dan untuk 1000 perminggunya bahkan bisa lebih sesuai dengan pesanan yang datang. Berdasarkan hasil situasi, dapat teridentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu masih rendahnya pemahaman tentang digital sebagai bagian dari pengembangan strategi pemasaran produk dan kurangnya pemahaman pemilik mengenai pentingnya promosi menggunakan digital dan e-commerce seperti market place. Dari permasalahan di atas perlu adanya meningkatkan strategi pemasaran UMKM melalui market place shopee saat ini sangatlah penting beralihnya pembelian secara offline menjadi online itu akan mempermudah pelaku UMKM dalam memperluas akses pemasaran, Maka dari itu solusinya penulis melakukan pendampingan penggunaan market place shopee pada UMKM Boneka Dolpin dengan diberikan penyuluhan mengenai market place shopee.

Rekomendasi

Adapun meningkatkan penjualan UMKM Dolpin disarankan perlu adanya pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan dalam memasarkan produk nya agar jangkauan pasar sasaran menjadi lebih luas agar produk dapat bersaing dalam competitor lain dan UMKM Dolpin perlu melakukan promosi secara online dengan menggunakan market place.

Daftar Pustaka

Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247-254.

B. Arianto, “Pengembangan UMKM Digital di Pengembangan UMKM Digital di Masa,” *J. Adm. Bisnis*, vol.6, no 2, hal 233-247, 2020 Prismalink.co.id, 2021. “Jenis dan Manfaat Media Promosi untuk Pemasaran Bisnis Anda”, diakses pada tanggal 12 Januari 2021 dari <https://www.prismalink.co.id/jenis-dan-manfaat-media-promosiuntuk-pemasaran-bisnis-anda/>Kalsum, U., Setiyadi, A., Arifin, S., & ... (2022). Strategi Pemasaran Umkm Berbasis Digital Marketing Di Desa Kalanggunung Cipeucang Pandeglang–Banten. *Jurnal Abdimas Bina ...*, 3(1), 19–26.