

PEMBERIAN PELATIHAN TATA CARA PEMBUATAN *MARKETPLACE* DI SHOPEE PADA BOLU KIJING DAHLIA

Dinda Chandra Kirana, Maya Afrania, S.Farm., M.Sc
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan
Email: dindachandra8@gmail.com
maya.arfania@ubpkarawang.ic.id

Abstrak

Marketplace adalah salah satu pasar *online* yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja, selain itu *marketplace* juga memberikan keuntungan bagi pemilik usaha untuk dapat meningkatkan pemasaran produknya. Pengabdian kepada masyarakat ini bekerja sama dengan UMKM Bolu Kijing Dahlia. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini untuk memperkenalkan bagaimana cara pembuatan Market Place di Shopee dan mengaplikasikannya pada UMKM Bolu Kijing Dahlia. Dengan adanya pelatihan ini, pelaku UMKM dapat mengetahui bagaimana cara pembuatan *marketplace* shopee dan dapat mengetahui berapa besar potongan admin *marketplace* tersebut. Metode dalam kegiatan ini yaitu mengenai tentang penyuluhan, tutorial, dan diskusi. Melalui kegiatan ini pelaku UMKM dapat memanfaatkan sosial media dan *Marketplace* untuk memperkenalkan produk Bolu Kijing Dahlia ke luar Kota dan memiliki pasar sasaran yang lebih luas lagi. Kendala yang dirasakan oleh UMKM Bolu Kijing Dahlia adalah kurang maksimalnya pengetahuan tentang pembuatan *marketplace* dan seberapa besar potongan adminnya. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan pelaku UMKM memperoleh pengetahuan tentang *marketplace*, termasuk beberapa masukan bagaimana cara memasarkan produk pada *marketplace*. Hal ini berguna untuk pengembangan dan pemasaran produk secara *online*.

Kata kunci: *Marketplace*, Pelatihan, UMKM, Pemasaran

Pendahuluan

Marketplace merupakan media *online* yang dapat dijadikan wadah untuk bertemunya antara penjual dan pembeli sehingga dapat terciptanya transaksi jual-beli. Tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun *Marketplace* juga dapat memperluas jangkauan pangsa pasar bagi pelaku bisnis UMKM. Sehingga dapat lebih mudah dalam memasarkan produknya dengan lebih efektif dan efisien. Umumnya produk yang dihasilkan oleh bolu kijing dahlia hanya dipasarkan di sekitaran Desa Kutagandok, karna Bolu Kijing Dahlia merupakan salah satu UMKM yang menjadi ciri khas dari Desa Kutagandok. Untuk itu kelihaian dalam memasarkan produk harus ditingkatkan, akibat tingginya persaingan. Tidak hanya soal pemasaran kesiapan pengelolaan juga harus dipersiapkan sebaik mungkin, contoh nya persiapan menerima perkembangan teknologi di bidang pemasaran dengan pemanfaatan Market Place sebagai aplikasi penjualan *Online*. Perkembangan pengguna

internet, *online shopper* dan penjual yang menggunakan *e-commerce* semakin tahun semakin meningkat. Maka hal tersebut menjadi peluang untuk UMKM sehingga perlu adanya penghubung antara pelaku UMKM dan perkembangan internet untuk memaksimalkan bisnis UMKM.

Kegiatan ini mempunyai tujuan agar masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang penjualan *online* dan pemasaran melalui *marketplace*. Kegiatan ini juga sebagai salah satu langkah untuk mendukung UMKM masyarakat, dan juga peningkatan pemberdayaan sumber daya manusia di wilayah Desa Kutagandok. UMKM Bolu Kijing Dahlia merupakan salah satu produsen dari produk lokal Desa Kutagandok yang perlu memiliki pemasaran digital yang digunakan untuk mempermudah pemasaran produk menggunakan perkembangan internet terhadap bisnis, salah satu *E-commerce* yang marak digunakan terutama oleh masyarakat Indonesia yaitu *Marketplace* Shopee. Sebelum melakukan pemasaran di *Marketplace*, pelaku UMKM harus mengetahui bagaimana cara pembuatan toko di *Marketplace* Shopee dan wajib mengetahui berapa besar potongan admin untuk penjual di shopee. Selain itu, ada beberapa persyaratan yang harus dilengkapi terlebih dahulu sebelum membuka toko di *Marketplace* Shopee.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat Desa Kutagandok khusus nya UMKM Bolu Kijing Dahlia dalam memasarkan produknya dan dapat memiliki pasar sasaran yang lebih besar, sehingga dapat meningkatkan produktivitas UMKM Desa Kutagandok menuju ke arah yang lebih baik dan berkembang.

Metode

Dalam pelatihan ini menggunakan metode *Workshop* atau pelatihan secara langsung mengenai pemasaran produk melalui media *online* atau *Marketplace* Shopee. Pelaku UMKM diajarkan untuk memiliki akun media pemasaran *online* secara mandiri, serta bagaimana cara mengelola Toko *online* untuk transaksi penjualan dan pemasaran produknya.

a. Tempat dan Waktu

Adapun waktu pelaksanaan dalam kegiatan ini yaitu pada Tanggal 08 Juli 2022 yang bertempat di Bolu Kijing Dahlia Dusun Krajan 1 Desa Kutagandok Kecamatan Kutawaluya. Dimulai pada pukul 09:00 WIB sampai Selesai.

b. Target Sasaran

Target sasaran dalam kegiatan ini yaitu pelaku UMKM masyarakat Desa Kutagandok yang belum memiliki pasar *online* atau toko *online* sebagai tempat untuk memasarkan produknya.

c. Kegiatan Pelatihan

1. Pelaku UMKM diberikan Motivasi agar memiliki kemauan untuk memasarkan produknya ke luar kota agar memiliki jangkauan pasar sasaran yang lebih besar
2. Pelaku UMKM diberi pengenalan mengenai marketplace dan diberikan cara atau tutorial membuka toko di *marketplace*
3. Pelaku usaha diberikan pemahaman tentang seberapa besar potong admin yang dikenakan pada penjual di *marketplace* shopee
4. Pelaku usaha diberikan gambaran tentang bagaimana cara membuat toko di *online* dan cara pemasaran produk di *online*
5. Memberi informasi kepada pelaku usaha tentang kekurangan dan kelebihan membuka toko *online* di *Marketplace*

Adapun Materi yang disampaikan pada pelatihan ini untuk pelaku UMKM yaitu sebagai berikut:

a. Cara Pembuatan Toko di Shopee

- Daftar Akun menggunakan aplikasi shopee
- Selain menggunakan No. Telepon, juga dapat mendaftar akun Shopee menggunakan akun Google/Facebook
- Melengkapi informasi data penjual dengan mengisi informasi yang diperlukan
- Mengunggah minimal 1 produk untuk evaluasi toko

b. Biaya Administrasi toko di shopee

- Perhitungan biaya administrasi *Non-Star*

Penjual berstatus *Non-Star* akan dikenakan biaya administrasi sebagai berikut:

Biaya Administrasi* = (Harga Asli Produk - Diskon Produk dan/atau Voucher Diskon Ditanggung Penjual) x 2,5%/1,7%/1,25%

ILUSTRASI PERHITUNGAN BIAYA ADMINISTRASI NON-STAR			
Pembeli membeli produk I (termasuk kategori A), produk II (termasuk kategori B/C), dan produk III (termasuk kategori D/E) di tokomu. Produk I, II, dan III masing-masing seharga Rp50.000.			
Produk I			
Harga asli produk (Kategori A)	=	Rp 50.000	
Diskon Penjual	= -	Rp 5.000	
Voucher Penjual	= -	Rp 5.000	
Total pembayaran Pembeli	=	Rp 40.000	
Biaya administrasi Penjual Non-Star (2,5% x Rp40.000)	=	Rp 1.000	1

Gambar 1: Perhitungan Biaya Administrasi Non-Star di Shopee

- Apa keuntungan yang di dapat oleh penjual shopee?
 1. Pasar yang luas
 2. Sistem yang mendukung sehingga transaksi menjadi lebih mudah dan praktis
 3. Modal Minim untung berlimpah
- c. Cara pemasaran produk di shopee
 - Klik tambah produk baru
 - Lengkapi informasi penjualan dengan deskripsi produk yang lengkap dan sesuai
 - Klik simpan dan tampilkan untuk menampilkan produk di halaman toko.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan bekerjasama dengan salah satu UMKM yang ada di Desa Kutagandok. Bolu Kijing Dahlia merupakan salah satu ciri khas dari UMKM desa kutagandok yang dimiliki oleh Ibu dahlia. Dan *marketplace* yang dipilih sebagai wadah untuk pemasaran bolu kijing Dahlia yaitu *E-commerce* Shopee. Dalam penyampaian materi yang disampaikan jenis-jenis dan fitur yang tersedia serta keuntungan yang diperoleh oleh penjual shopee cukup menarik dan mudah

untuk digunakan, Penggunaan media sosial merupakan penunjang *marketplace* atau marketing. Selain itu, UMKM Desa Kutagandok mendapatkan wawasan tentang pengenalan *marketplace* dan memaksimalkan pemasaran produk melalui *online*, hal ini diharapkan agar penjualan Bolu Kijing Dahlia dapat mengalami peningkatan penjualan.

Proses branding perlu dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram menjadi pilihan yang bisa membuat UMKM menjadi terkenal. Selain promosi yang perlu diperhatikan juga untuk memanfaatkan *marketplace* yakni tampilan produk yang menarik dan proses layanan terhadap pelanggan. Salah satu contoh tampilan toko shopee dengan desain yang menarik adalah sebagai berikut:



Gambar 2: Contoh Tampilan Desain Toko di Shopee

Kesimpulan dan Rekomendasi

Dari kegiatan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku UMKM telah memperoleh pengetahuan tentang *marketplace*, mencoba beberapa langkah pemasaran produk secara *online* dan pelaku usaha juga dapat memanfaatkan fitur pada *marketplace* shopee untuk mengembangkan area pemasaran secara *online*. Selain untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar, kegiatan ini juga sekaligus untuk memperkenalkan perkembangan digital marketing kepada pelaku UMKM di Desa Kutagandok.

Daftar Pustaka

- Novitasari, N., Redyanita, H., Sari, M. A., Listiawati, R., & Abrianto, H. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Optimasi *Marketplace* dan Pengemasan Produk Sebagai Strategi Meningkatkan Penjualan Usaha Rumahan Masyarakat di Kelurahan Kalimulya Depok. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin*, 3(2), 77-86.
- Rahmania, A., & Noor, M. I. N. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk UMKM Desa Prayungan Pada Pasar Digital (*E-commerce*). *Educate: Journal of Community Service in Education*, 2(1), 16-23.
- Rahmania, A., & Noor, M. I. N. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk UMKM Desa Prayungan Pada Pasar Digital (*mengupce*). *Educate: Journal of Community Service in Education*, 2(1), 16-23.
- Rahmawati, K. (2021). Pelatihan Penjualan *Online* Menggunakan *Marketplace* Pada UKM Di Bantul. *Dharma LPPM*, 2(1).
- Wijayanti, N. W. E., Putri, N. W. S., Suryana, I. G. P. E., Suryati, K., Kartini, K. S., Wardika, I. W. G., & Krisna, E. D. (2021). Pelatihan Bisnis *Online* Menggunakan Aplikasi Shopee. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(1), 206-215.