

IMPLEMENTASI PENGGUNAAN MARKETPLACE DALAM DIGITAL MARKETING PADA UMKM DESA SUKAMEKAR

Dewi Kemalasari, Lania Muharsih
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
mn19.dewikemalasari@mhs.ubpkarawang.ac.id
lania.muharsih@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Hadirnya teknologi dalam kehidupan manusia mampu menunjang seluruh aspek kegiatan manusia. Dampak positif yang ditimbulkan tersebut dapat mempercepat proses pertukaran informasi antara satu sama lain. Dalam era digitalisasi, pemasaran produk UMKM dapat berjalan dengan optimal dengan memanfaatkan teknologi. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Pelaku UMKM tersebut terhadap kendala masih minimnya pengetahuan terhadap digital marketing dan electronic commerce (e-commerce). Potensi pemanfaatan digital marketing ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif dan *library research*. Data penelitian diambil dari berbagai referensi yang relevan yang dapat diakses di Google Scholar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang diadakan sebagai bentuk sosialisasi penggunaan *E-Commerce* pada pelaku UMKM desa Sukamekar berjalan positif. Mereka dapat mengimplementasikannya dengan baik, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan dan memperluas target *audience*-nya. Dengan demikian, penjualan produk UMKM dapat meningkat yang dapat mempengaruhi omset yang didapatkan.

Kata kunci: Digital Marketing, E-commerce, Peningkatan, UMKM

PENDAHULUAN

Tri Darma Perguruan Tinggi yang meliputi Pendidikan, Penelitian dan pengabdian pada masyarakat merupakan satu kesatuan yang utuh dan tidak dapat dipisahkan. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan suatu kegiatan yang sudah di programkan oleh suatu lembaga perguruan tinggi. Dengan demikian Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan implementasi dari salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian pada masyarakat serta implementasi dari ilmu pengetahuan yang di dapat selama berada di meja kuliah. Karena dimana kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) memiliki manfaat dan tujuan yang sangat besar dan secara langsung megajarkan kepada mahasiswa cara identifikasi masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata merupakan agenda rutin tahunan Universitas Buana Perjuangan Karawang sebagai agenda akademik. akan mendapatkan pengetahuan serta pengalaman langsung yang di dapat oleh

mahasiswa selama mengikuti proses Kuliah Kerja Nyata (KKN) tersebut.

Salah satu tempat pelaksanaan KKN Universitas Buana Perjuangan karawang adalah Desa Sukamekar Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang. Salah satu tempat pelaksanaan KKN Universitas Buana Perjuangan karawang adalah Desa Sukamekar Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang. Desa adalah pembagian wilayah administratif di Indonesia di bawah kecamatan, yang dipimpin oleh Kepala Desa. Sebuah desa merupakan kumpulan dari beberapa unit permukiman kecil yang disebut dusun atau kampung. Desa Sukamekar masuk ke dalam wilayah Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah 550 Ha. Kepadatan penduduk mencapai 4.400 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.929 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 1.927 jiwa. Mayoritas penduduk sebagai petani.

Potensi desa yang dimiliki oleh desa Sukamekar yaitu ada beberapa UMKM yang perlu dikembangkan kembali usahanya. UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan kelompok usaha yang dikelola oleh orang atau suatu badan usaha tertentu yang kriterianya ditetapkan berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008. Menurut Rudjito (2003) mengemukakan bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.

Era digital memang tidak mungkin untuk dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital (Maulana, 2017). Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung

meraih (engage) calon konsumen. Oleh karena itu tidak heran bahwa pelaku usaha justru lebih menitikberatkan pemanfaatan media sosial dibanding dengan pengembangan sebuah situs. Para pelaku UMKM tersebut terhadang kendala masih minimnya pengetahuan terhadap digital marketing dan electronic commerce (e-commerce). Potensi pemanfaatan digital marketing ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan digital marketing ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya

Untuk menunjang kemajuan usaha UMKM warga desa Sukamekar, perlu adanya pengembangan pemasaran melalui online. Bentuk pemasaran yang bisa diterapkan pada UMKM yang ada di desa Sukamekar adalah melalui pembuatan akun e-commerce. Salah satu e-commerce yang bisa digunakan yaitu Shopee karena menurut the Asian Parent pada survei yang dilakukan bulan Desember 2017, shopee merupakan platform belanja pilihan pertama untuk semua kalangan di Indonesia dengan presentase sebesar 73%, lalu TokoPedia dengan presentase 54%, Lazada dengan presentase 51%, serta Instagram dengan presentase sebesar 50%. Hal ini mendukung salah satu target konsumen yaitu semua kalangan. Dengan demikian akun e-commerce sendiri UMKM warga desa Sukamekar akan lebih mudah memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

Manajemen pemasaran merupakan sebuah proses merencanakan, mengatur, menganalisis, dan mengelola program-program perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Program-program tersebut mencakup konsep produk yang ditawarkan, promosi produk, penetapan harga produk atau jasa, pendistribusian produk ke tangan konsumen, dan pemeliharaan produk atau jasa. Sehingga hal tersebut dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan (Suparyanto & Rosad, 2015: 1).

E-Commerce Electronic commerce (e-commerce) merupakan konsep yang menggambarkan proses transaksi jual beli barang, pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban et al., 2017). E-

Commerce didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang melalui teknologi digital. Media e-Commerce erat kaitannya dengan internet, world wide web, dan aplikasi atau browser yang terdapat pada perangkat untuk bertransaksi bisnis (Laudon & Traver, 2017).

METODE

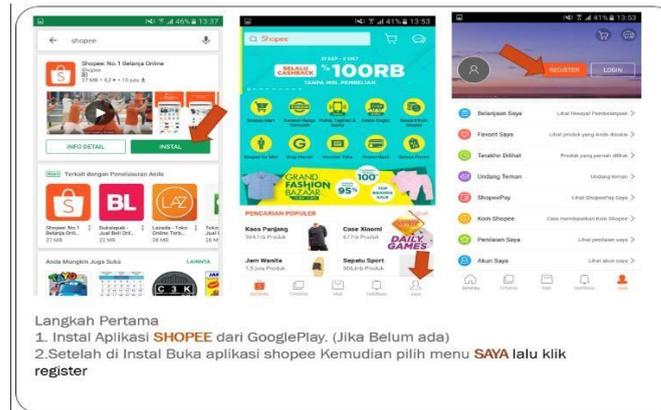
Metode penelitian ini menggunakan metode Deskriptif dan *library research*. Penelitian deskriptif membantu peneliti untuk mendapatkan informasi dan kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2005). Selain itu, penelitian menggunakan *library research* penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepuustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu pada UMKM desa Sukamekar dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Desa Sukamekar Universitas Buana Perjuangan Karawang, periode 1 Juli s/d 31 Juli 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat desa Sukamekar khususnya para pelaku UMKM serta mengadakan pelatihan penggunaan salah satu e-commerce yang ada di Indonesia yaitu Shopee menjadi target utama dalam melakukan perubahan pemasaran dan memanfaatkan digital marketing yang dimana era saat ini teknologi semakin canggih. Minimnya pemahaman penggunaan e-commerce menjadi salah satu alasan, para UMKM tidak melakukan pemasaran melalui online/ digital marketing. Maka dengan begitu diadakannya pelatihan tata cara penggunaan Shopee sebagai e-commerce yang dipilih dalam pemasaran penjualan produk UMKM setempat.

Pada pelatihan ini, dimulai dengan memberikan materi yang berkaitan dengan e-commerce, kemudian dilanjutkan dengan praktek kepada peserta dan tanya jawab. Pada sesi praktek, peserta mencoba membuat akun dan menjualkan produk di Tokopedia dengan menggunakan smartphone mereka masing-masing. Adapun langkah-langkah didalam memasarkan produk Home Made melalui Shopee yaitu sebagai berikut:

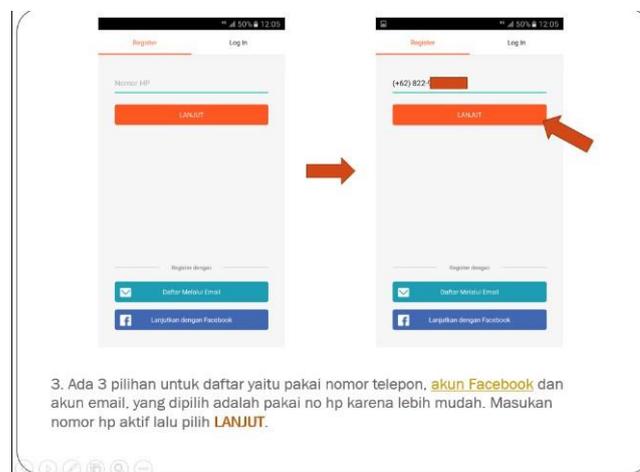
1. Membuka situs www.Shopee.com atau download aplikasi di playstore.
2. Membuat akun Shopee, para peserta diarahkan untuk membuat akun Tokopedia yang dapat melalui facebook, akun google, maupun melalui alamat email yahoo. Kemudian mengisi nama lengkap, nomor telepon/ handphone, alamat email, password yang akan digunakan, jenis kelamin, dan tanggal lahir.



Gambar 1. Tahapan Pembuatan akun Shopee

Sumber : Shopee

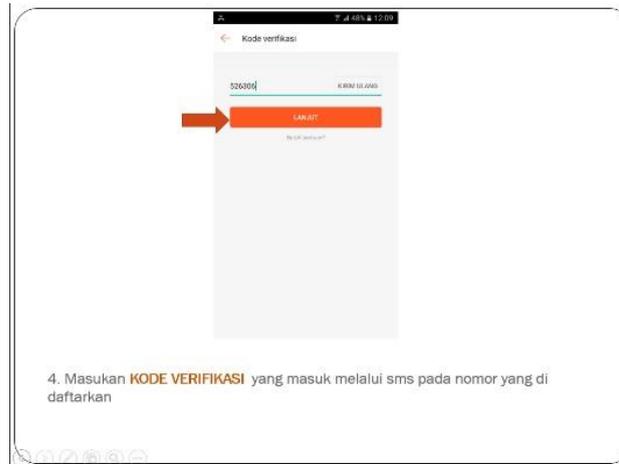
3. Peserta diarahkan untuk membuka toko online di Shopee



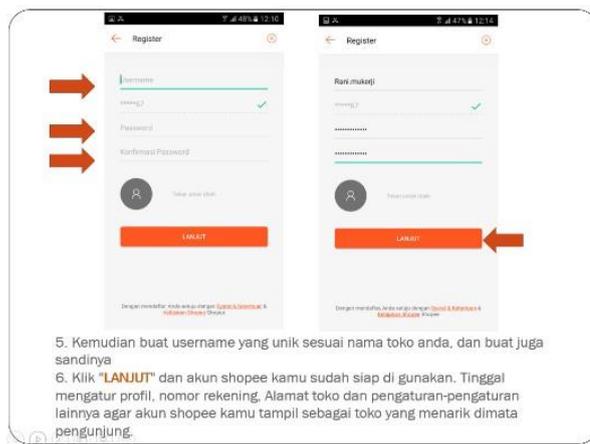
Gambar 2. Mendaftar akun Shopee

Sumber : Shopee

4. Memasukan Kode Verifikasi dan Registrasi Username

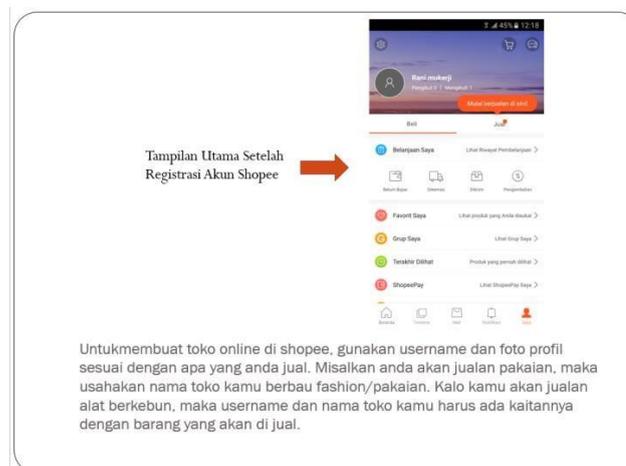


Gambar 3. Memasukan Kode Verifikasi
Sumber : Shopee



Gambar 4. Membuat Username
Sumber: Shopee

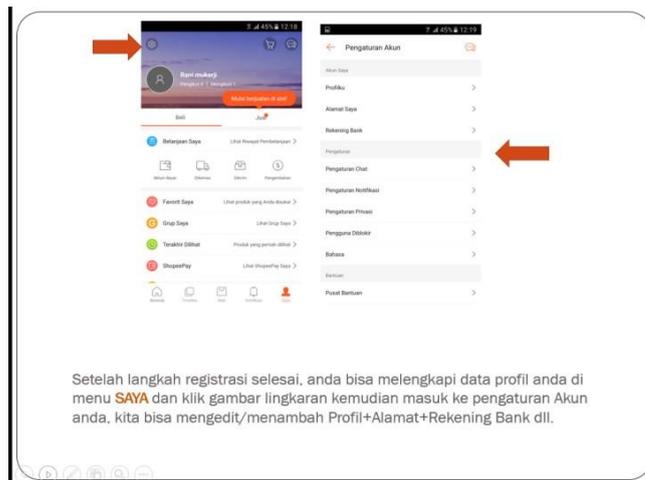
5. Tampilan Setelah Registrasi



Gambar 5. Tampilan Setelah Registrasi

Sumber : Shopee

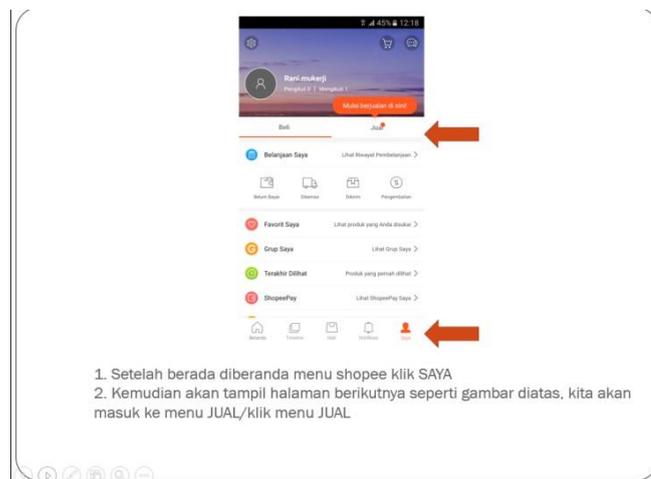
6. Peserta diarahkan untuk mengisi semua data Profil+Alamat+Rekening Bank



Gambar 6. Melengkapi data profil

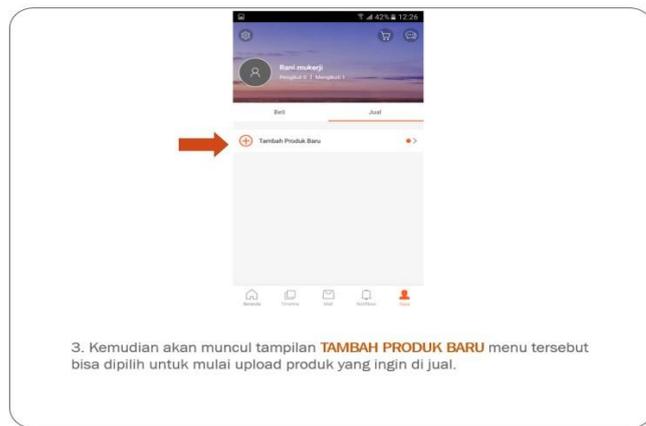
Sumber : Shopee

7. Tata Cara Pembukaan Toko pada akun Shopee



Gambar 7. Tampilan Setelah melengkapi data

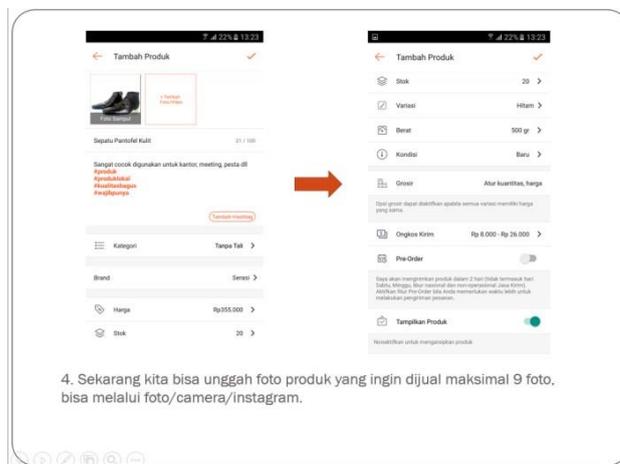
Sumber : Shopee



Gambar 8. Tahap berjalan melalui shopee

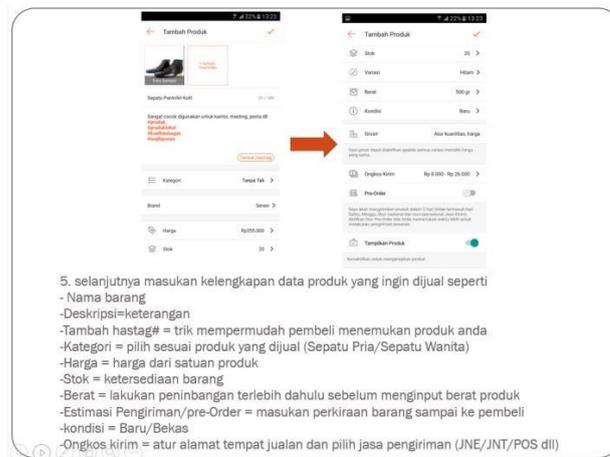
Sumber : Shopee

8. Peserta diarahkan untuk mengisi semua informasi tentang produk dengan benar dan lengkap, seperti: nama produk, kategori produk, deskripsi produk, berat produk, harga produk, dan foto produk. Setelah itu, klik "Simpan", atau "Simpan & Tambah Baru" untuk menambah produkproduk baru lainnya.



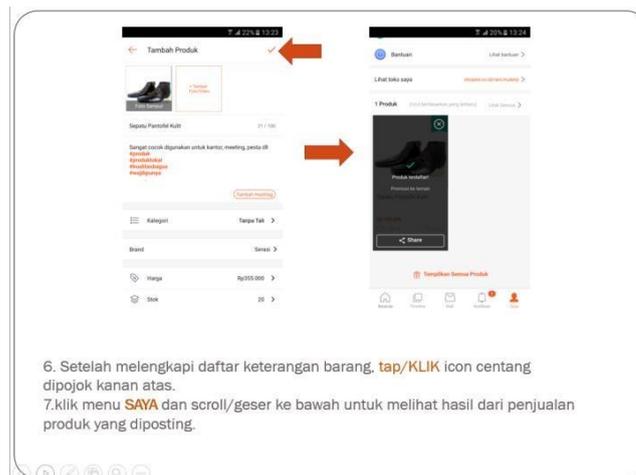
Gambar 9. Memasukan barang yang akan di jual pada e-commerce

Sumber : Shopee



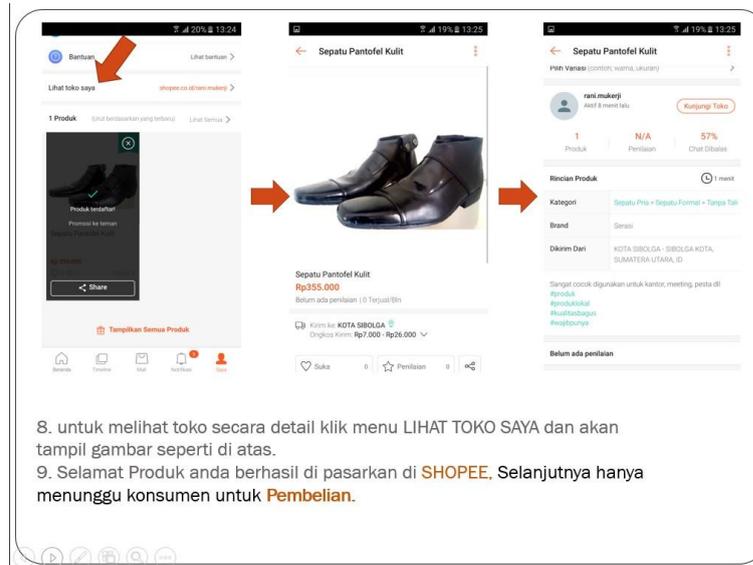
Gambar 10. Menambahkan Deskripsi Produk

Sumber : Shopee



Gambar 11. Tahapan Mengaktifkan Penjualan Produk di Shopee

Sumber : Shopee



Gambar 12. Tampilan Toko

Sumber : Shopee





Gambar 13. Aktivitas kegiatan pelatihan penggunaan e-commerce

Sumber : Aula Desa Sukamekar

Pemasaran melalui e-commerce juga dapat memperluas jangkauan pemasaran pada usaha-usaha kecil seperti UMKM kripik tempe dan home industry kerajinan akrilik. Perluasan jangkauan pemasaran akan meningkatkan penjualan dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Menggunakan e-commerce pelaku UMKM tentu bisa lebih mengenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, melalui internet dan social media batasan wilayah dan jarak bisa diatasi, apalagi dengan adanya jasa kurir seperti SiCepat, JNT, JNE, Tiki dan sebagainya. Dengan semakin dikenalnya produk dari sebuah UMKM di desa maka secara otomatis konsumen juga semakin bertambah, dan hasilnya home industry dan UMKM akan mampu berkembang hingga meningkatkan sumber lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat di Desa Sukamekar. Pelaku usaha juga dapat mengemat biaya, tidak memerlukan ruko atau tempat pemasaran yang besar, hanya perlu memasarkan produk melalui e-commerce. Kondisi ini menuntut industri UMKM dan home industry untuk menjadi efisien dan mengenai sasaran.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu bagian dari Tri Dharma perguruan tinggi yaitu pengabdian pada masyarakat. Desa Sukamekar merupakan tempat dilaksanakannya Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Buana Perjuangan karawang, kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 1 Juli-31 Juli 2022. Potensi yang ada di desa Sukamekar yaitu banyaknya UMKM yang memiliki motivasi dan semangat dalam membangun usahanya agar terus berkembang,

pelaksanaan pelatihan penggunaan e-commerce pada UMKM atau Home Industri di Desa Sukamekar masyarakat dan para pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan mampu memahami e-commerce dan bisa mempergunakan e-commerce sebagai tempat penjualan produknya, dan pemasaran hasil produk melalui e-commerce. Pelaku usaha Home Industri menyadari pentingnya pemasaran produk dengan e-commerce untuk meningkatkan wilayah pemasaran dan peningkatan omset usaha serta aktif pada sosial media seperti Facebook, Instagram, Tiktok yang saat ini semakin maju menjadi peluang untuk para pelaku UMKM agar terus bisa berinovasi dalam pemasaran produk pada media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Deriani, N. W. (2017). *Pemilihan Konsep E-Commerce dan Business Process Re-engineering Penjualan Produk Olahan Kopi*. Konferensi Nasional Sistem & Informatika.
- Hamzah, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. 8(2), 215-228
- Tiandra, N., Hambali, D., Nurasia, Rosalina N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. 4(1),6-