

Pelatihan Peningkatan Promosi Hasil Olahan Masyarakat Melalui Marketplace

Evha Nazalatus Sa'adiyah^{1*}

¹ Jurusan Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Madura Jawa Timur, Jl Raya Panglegur Km. 3,5 Pamekasan, 69317, Madura, Jawa Timur, Indonesia

[*evhasyuaibi@unira.ac.id](mailto:evhasyuaibi@unira.ac.id)



*Corresponding author
Evha Nazalatus Sa'adiyah
Email :
evhasyuaibi@unira.ac.id

Abstrak

Marketplace adalah platform atau aplikasi sebagai sarana penghubung di internet antara penjual dan pembeli. Website marketplace berfungsi sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan lokasi penjualan dan metode pembayaran. Sebaliknya, toko online berkomunikasi langsung dengan pelanggan melalui platform independen, yang menghilangkan kebutuhan akan perantara. Menjual barang melalui toko online mendapatkan banyak peminat serta respons. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pelatihan di pasar digital untuk promosi dan transaksi online. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pemasaran online dengan menggunakan pasar digital untuk mempromosikan produk UMKM. Terdiri dari 15 peserta, setiap peserta sangat antusias untuk mengikuti pelatihan yang dilakukan secara bertahap. Kegiatan dilakukan secara offline dilakukan selama 6 sesi pertemuan. Di setiap 3 sesi kami memberikan beberapa pertanyaan berupa questionnaire untuk mengetahui minat dan antusias terhadap program yang berlangsung

Kata Kunci : Marketplace; Digital; Promotion; MSMEs

Article History:

Received 11 Desember 2023

Revised 21 Desember 2023

Accepted 30 Desember 2023

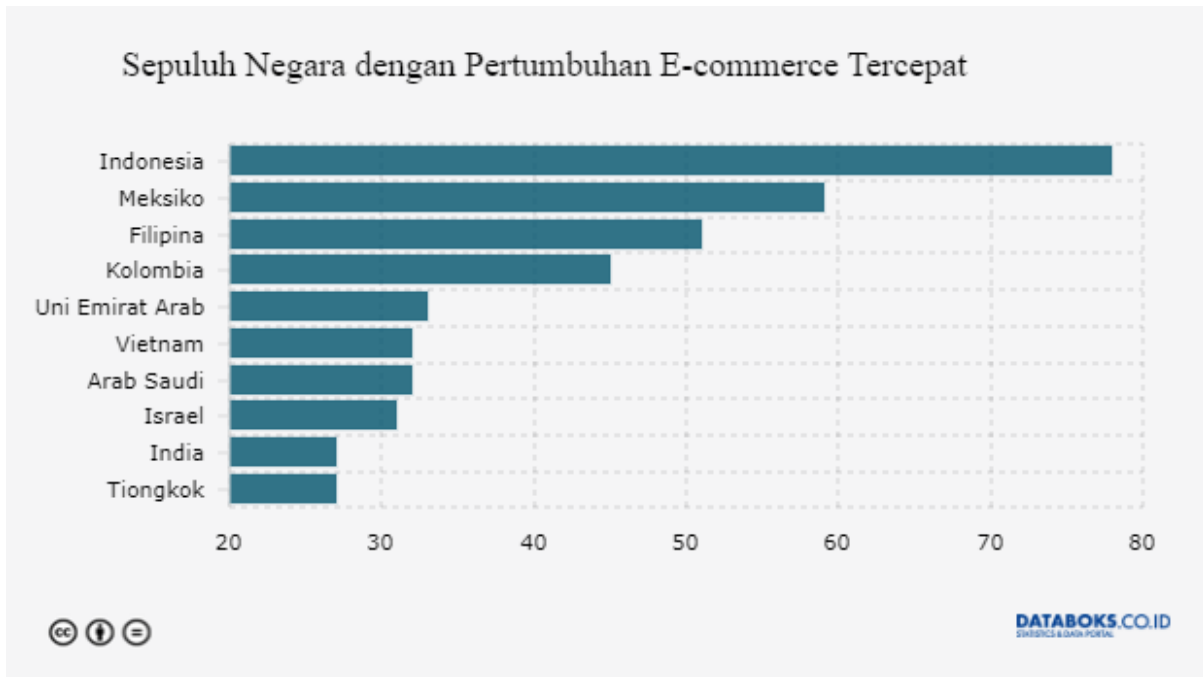
Abstract

Marketplace is a platform or application as a means of connecting on the Internet between the seller and the buyer. The website marketplace acts as a third party in online transactions by providing sales location and payment methods. On the contrary, online stores communicate directly with customers through an independent platform, which eliminates the need for intermediaries. Selling things through online stores requires a lot of freedom. This community service activity is carried out through training in the digital market for online promotions and transactions. The aim of this training is to increase understanding of the importance of online marketing by using the Digital Market to promote UMKM products. Each participant is very enthusiastic to follow the training that is carried out gradually. Offline activities were conducted during six meetings. In each of the three sessions, we asked questions in the form of a questionnaire to determine your interest and enthusiasm for the ongoing program.

Keyword : Marketplace; Digital; Promotion; MSMEs

PENDAHULUAN

Pasar digital adalah platform dagang yang dioperasikan oleh sebuah perusahaan sebagai pihak ketiga dan memungkinkan pembeli dan penjual bertemu secara online. Secara garis besar hal ini berupa mall, pasar tradisional memiliki toko atau kios di mana penjual menjual barang mereka kepada pembeli. Pada marketplace, penjual juga dapat membuka toko online mereka sendiri. Toko virtual ini memiliki etalase yang menampilkan foto produk. Untuk menarik pelanggan, e-commerce marketplaces sering menawarkan layanan pengiriman yang cepat dan diatur secara gratis. Di Indonesia, Pasar berkembang pesat juga.



Gambar 1 menunjukkan bahwa pertumbuhan e-commerce tercepat di dunia terjadi di Indonesia (databoks.co.id)

Selain karena populasi yang besar, Indonesia memiliki lingkungan yang ideal untuk pertumbuhan e-commerce, khususnya marketplace. Ini disebabkan oleh fakta bahwa orang-orang di negara ini sangat mudah menyerap informasi dan mengikuti kemajuan teknologi. Perusahaan pasar menyediakan platform di mana pembeli dan penjual bertemu. Dua pihak memiliki kemampuan untuk bertransaksi di pasar tersebut, dan bisnis menghasilkan keuntungan melalui komisi yang diterimanya dari setiap penjualan. Konsep pasar sebenarnya mirip dengan konsep pasar tradisional. Pemilik pasar tidak bertanggung jawab atas barang yang dijual. Perusahaan pasar hanya bertanggung jawab untuk menyediakan tempat bagi penjual yang ingin menjual barang dan pembeli yang ingin melakukan transaksi mudah dan cepat. Pasar akan mengatur transaksi jika pembeli ingin membeli, mulai dari pembayaran hingga pengiriman produk ke pembeli.

Sebuah platform marketplace dapat berupa aplikasi atau situs web, dan semua operasinya, mulai dari mengelola situs web hingga menyediakan metode pembayaran, dilakukan oleh perusahaan penyedia marketplace. Dengan menggunakan platform yang disediakan oleh perusahaan marketplace tersebut, penjual tidak perlu menyewa tempat untuk membangun toko mereka sendiri. Namun, sebelum membuka toko mereka di sebuah online marketplace, penjual harus mempertimbangkan kelebihan dan keuntungan yang ditawarkan oleh platform yang dipilih.

Kebanyakan dari binaan kami kurang menguasai dan kurang paham tentang digital. Akan tetapi, mereka tetap berusaha dan ingin belajar untuk mengembangkan usaha mereka, karena mereka sadar bahwa pangsa pasar yang banyak dilakukan yaitu melalui digital. Mereka juga ingin mempromosikan hasil olahan dan produk mereka melalui pasar yang besar yaitu digital serta cara bertransaksi dan pengiriman.

Pengguna internet, pembeli online, dan penjual yang menggunakan e-commerce terus meningkat. Untuk memaksimalkan bisnis UMKM, perlu ada hubungan antara pelaku UMKM. UMKM yang dikembangkan ke dalam program adalah UMKM yang berada di desa Tanjung, Pamekasan untuk memasarkan produk yang dibuat oleh UMKM tersebut. Harapan mereka adalah pelatihan ini akan membuat pemasaran produk mereka lebih mudah. E-commerce untuk UMKM dalam bentuk pasar adalah salah satu model bisnis yang dapat digunakan.

Pelatihan ini membahas bagaimana menggunakan marketplace online sebagai media pemasaran online. Diharapkan dengan pelatihan ini, UMKM akan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memanfaatkan media pemasaran online, dan mereka juga akan memiliki minat untuk berwirausaha secara online. Selain itu, UMKM memiliki kemampuan untuk menawarkan keterampilan mereka kepada individu yang ingin memulai bisnis secara online. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) ini mendapatkan kemampuan yang sangat bermanfaat.

Fungsi utama pasar adalah sebagai forum online di mana orang berbagi informasi dan juga sebagai model yang dapat digunakan untuk membantu UMKM memasarkan barang mereka.

METODE

Pelatihan dan pendampingan dilakukan pada 13–14 November 2023. UMKM yang berada di wilayah desa Tanjung berpartisipasi dalam pelatihan serta didampingi oleh kami. Kami juga terlibat dalam pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pelatihan yang berkaitan dengan pemasaran online dengan memanfaatkan pasar adalah tujuan utama dari kolaborasi masyarakat ini.

Ceramah, diskusi, dan praktek adalah metode pelatihan yang digunakan. Untuk mendukung kegiatan, peserta diberikan materi tentang pemasaran online dengan memanfaatkan marketplace. Peserta UMKM juga diberi wawasan tentang manfaat pemasaran online dengan memanfaatkan marketplace. Mereka juga diberikan pendampingan singkat tentang bagaimana melakukan pemasaran online dengan memanfaatkan marketplace untuk meningkatkan penjualan dan omset yang mereka terima.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat bermanfaat bagi peserta karena sebelum pelatihan mereka sama sekali tidak pernah melakukan pemasaran online. Peserta dapat mengajukan pertanyaan tentang materi yang disampaikan selama sesi diskusi dan pendampingan praktek langsung. Gambar berikut menunjukkan contoh aktivitas pelatihan dan pendampingan yang dilakukan baik secara online maupun di luar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangka mengenalkan serta meningkatkan pemasaran dalam dunia Digital pada UMKM Masyarakat di desa Tanjung, maka kami selaku penggiat Akademik yang peduli akan UMKM di daerah melakukan program kegiatan yang memberikan kontribusi terhadap UMKM dalam meningkatkan hasil produksi mereka agar mampu mendapat perhatian masyarakat luas melalui marketplace. Masyarakat diperkenalkan dengan beberapa marketplace yang sudah tersedia serta bagaimana cara mendaftar; membuat toko di marketplace; Memposting produk UMKM; Mendapat rating yang baik; serta sampai cara pengiriman yang benar. Dalam hal ini didapat antusias Masyarakat terhadap program selama berlangsung.

Kegiatan berlangsung selama 6 sesi pertemuan Dimana terdapat evaluasi setelah 3 sesi pertemuan untuk mengukur minat dan antusias serta kemampuan dalam mengoperasikan toko online mereka. Dari 15 peserta didapat hasil 95% antusias mereka terhadap program tersebut, serta terdapat hasil 98% kemampuan mereka dalam menjalankan toko online mereka. Data yang didapat dari hasil interview serta questionare yang diberikan.



Gambar 2. Dokumen kegiatan selama berlangsung



Gambar 2. Pelatihan Peningkatan Promosi hasil olahan Masyarakat melalui marketplace

Dengan adanya kegiatan Pelatihan Promosi hasil olahan Masyarakat melalui marketplace, maka terdapat hasil peningkatan penjualan meskipun belum terasa signifikan peningkatannya karena masih baru setengah bulan berjalan. Namun mereka merasakan dampak yang luar biasa karena setiap hari mereka mendapatkan orderan.

KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini membantu UMKM di desa. Tanjung memberikan pengetahuan berupa pelatihan tentang pemasaran online dan strategi untuk meningkatkan penjualan di Era Digital. Selain itu, mereka juga diberikan pemahaman akan pentingnya dampak era Digital terhadap penjualan yang lagi trend saat ini.

Kegiatan berlangsung dengan baik dan mereka menunjukkan semangat yang luar biasa untuk melakukannya. Kegiatan yang dilaksanakan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tambahan kepada mitra UMKM binaan karena materi yang diberikan disesuaikan dengan masalah yang sedang dihadapi oleh mitra. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat memungkinkan mitra UMKM menerapkan model bisnis dengan menggunakan pemasaran online melalui pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, W. (2020). Sejarah Awal Berdirinya Marketplace Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli Dan Jdid, Teknologi.Id. <https://Teknologi.Id/Os/Sejarah-Awal-Berdirinya-Marketplace-Tokopedia-Shopee-Bukalapak-Lazada-Blibli-Dan-Jdid>
- Artaya, I.P. & Purworusmiardi, T. (2019). *Efektifitas Marketplace dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk bagi UMKM di Jawa Timur*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama, Hal.1-10.
- [Databoks](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia). (2022). Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia, diakses tanggal 13 Oktober 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Feriawan, H. (2019). Kehadiran Marketplace Berikan Manfaat Besar bagi UMKM, Berita Satu (12 November 2019), <https://www.beritasatu.com/digital/584810/kehadiran-marketplace-berikan-manfaat-besar-bagi-umkm#!>
- Ilham, M. (2019). Apa itu Marketplace? Pengertian, Jenis, Dan Contohnya, Niagahisterblog. <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>

- Pahlevi. (2017). Pengertian Marketplace dan Jenis-Jenis Marketplace. <https://Www.Pahlevi.Net/Pengertian-Marketplace/>
- Puspita, I. (2019). E-Commerce untuk UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Kementerian Keuangan Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan. <https://Bppk.Kemenkeu.Go.Id/Content/Berita/Pusdiklat-Kuangan-Umum-Ecommerce-Untuk-Umkm-Dan-Pertumbuhan-Ekonomi-Indonesia-2019-11-05-Ebe6e220/>
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*. 2(2), 106-110.
- Suryanto, T. (2018) Penerapan E-Marketplace Pada Distro Silver Squad. *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI) 2018*. Hal.159-164.
- Oktari, Yunia., Melatnebar, Benyamin., & Kurniawan, Kito (2021). *The Influence of Profitability, Leverage and Company Size on Tax Aggressiveness, Eco-fin. Komunitas Dosen Indonesia*, 3, 56.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018)., *Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness*. Universitas Padjajaran. 3 (1)
- Rahmawati,A. (2017). *Education Method of Lectures and Discussionstoward Health Cadre Ability in Early*. *Jurnal Ilmiah Pemenang*
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta