

## **PELATIHAN MEMBUAT MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BAGI UMKM NAGARI TALU**

**Juna Eska<sup>1\*</sup>, Hidayatullah<sup>2</sup>, Afni Nia Sari<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Teknik Informatika, Universitas Putra Indonesia YPTK

<sup>2</sup>Teknik Komputer, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

*email: \*dosen.junaeska@gmail.com*

**Abstarct :** Micro, small and medium enterprises are the main actors in economic activity in Indonesia especially in West Sumatra, Nagari Talu. The future of development lies on the ability of micro, small and medium enterprises to develop independently. In line with use of the internet which has very diverse benefits from several aspects, one of which is the process of buying and selling transactions online or better known as E-Commerce. Currently E-Commerce is growing rapidly with the rise of online buying and selling sites that are starting to emerge, such as Blibli, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee and many others. The Shopee is one of the marketplaces that is able to increase the growth of UMKM businesses in Indonesia Nagari Simpang Tanjung Nan Ampek, because many SMEs do not understand how to use the Shopee marketplace to the fullest. So socialization is needed regarding the use of the Shopee marketplace. The implementation of this outreach is focused on managing sales and designing marketing strategies by utilizing the Shopee marketplace. Through this activity, business actors are expected to be able to manage sales using Shopee and can manage sales strategies thereby increasing the profits of UMKM in Nagari Talu.

**Keywords:** market place; shopee; UMKM; technology; information

**Abstrak :** Usaha mikro kecil dan menengah merupakan aktor utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia khususnya di Sumatera Barat, Nagari Talu. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Sejalan dengan penggunaan internet yang memiliki manfaat sangat beragam dari beberapa aspek, salah satunya adalah untuk proses transaksi jual beli secara online atau lebih dikenal dengan E-Commerce. Saat ini ECommerce berkembang pesat dengan maraknya situs jual beli secara online yang mulai bermunculan, seperti Blibli, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan masih banyak lainnya. Shopee yang merupakan salah satu marketplace yang mampu dalam meningkatkan pertumbuhan usaha UMKM di Nagari Talu, karena banyak pelaku UMKM yang belum paham memanfaatkan marketplace shopee secara maksimal. Maka dibutuhkan sosialisasi mengenai pemanfaatan marketplace shopee. Pelaksanaan sosialisasi ini difokuskan untuk mengelola penjualan dan merancang strategi pemasaran dengan memanfaatkan marketplace shopee. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha diharapkan dapat melakukan pengelolaan penjualan menggunakan shopee dan dapat mengatur strategi penjualan sehingga meningkatkan keuntungan UMKM di Nagari Talu.

**Kata kunci :** market place; shopee;UMKM;teknologi;informasi

## PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) menjadi tugas pokok dosen yang tercantum dalam tri dharma perguruan tinggi. Sebagai dosen kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini rutin dilakukan, akan tetapi kegiatan ini tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Terdapat sejumlah standar yang mengatur mengenai ruang lingkup maupun aspek lain dalam pelaksanaannya. (Sulistiyawati & Widayani, 2020).

Di dalam ruang lingkup pengabdian kepada masyarakat terdapat standar nasional yang mana acuannya sendiri didasarkan dari Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Melalui Peraturan Menteri tersebut dijelaskan tentang berbagai standar nasional di pendidikan tinggi, sehingga di jelaskan pula mengenai standar nasional untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat itu sendiri terdiri dari 8 (delapan) yaitu : (Asmiatun et al., 2022) : (1) Standar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat., (2) Standar Isi Pengabdian Kepada Masyarakat., (3) Standar Proses Pengabdian Kepada Masyarakat., (4) Standar Penilaian Pengabdian Kepada Masyarakat., (4) Standar Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat., (5) Standar Sarana dan Prasarana Pengabdian Kepada Masyarakat., (6) Standar Pengelolaan Pengabdian Kepada Masyarakat., (7) Standar pendanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Berdasarkan standar nasional pengabdian masyarakat di atas, dapat di sajikan gambar seperti Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Standar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat (Ristekdikti, 2019)

*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. Negara yang menggunakan *E-commerce* untuk kegiatan jual beli salah satunya adalah Indonesia, hal ini dapat diketahui dengan maraknya situs jual beli secara online yang mulai bermunculan, seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak, *Shopee* dan masih banyak lainnya.

*Shopee* merupakan marketplace internasional, disana kita dapat menemukan berbagai produk dari seluruh kancan dunia. *Platform* yang identik dengan warna oranye ini sangat menarik perhatian para konsumen, sehingga dapat lebih mudah dalam memasarkan produknya dengan lebih efektif dan efisien, UMKM sendiri merupakan jenis bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat. Hal ini membuat UMKM terus berkembang dengan sangat pesat serta memiliki peran yang sangat penting bagi

sektor perekonomian di Indonesia. Agar UMKM dapat berkembang dengan pesat maka dibutuhkan sebuah strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempromosikan suatu produk untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Melalui sosialisasi dan pelatihan menggunakan aplikasi shopee ini, diharapkan dapat membantu memasarkan produk, sehingga dapat membantu meningkat profit penjualan.

## METODE

### Lokasi Kegiatan

Lokasi Kegiatan Pengabdian masyarakat ini berada di Nagari Talu Kecamatan Talamau, Kabupaten Pasaman Barat.

### Prosedur Kerja

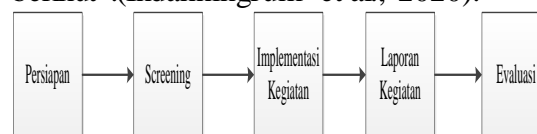
Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan kegiatan antara lain sebagai berikut : (Fitriyana et al., 2021). Melaksanakan koordinasi bersama TIM PKM Mandiri UPI “YPTK” Padang dalam waktu yang terukur dan tersistem, Memilih tema dan kebijakan penting terkait bentuk kegiatan yang akan diselenggarakan, Melakukan survei lokasi dengan cara mendatangi langsung lokasi kegiatan.

Kegiatan ini diakhiri dengan membuat kerjasama berupa pembuatan agenda kegiatan PKM. Mendata dengan baik seluruh peserta dan fasilitas yang digunakan selama kegiatan, Merealisasikan seluruh agenda kegiatan secara tertulis dalam naskah proposal kegiatan PKM untuk kemudian diserahkan kepada LPPM UPI “YPTK” Padang sesuai

dengan arahan dan prosedur yang telah ditentukan.

### Metode Kegiatan

Metode pelaksanaan pada program pengabdian masyarakat ini yaitu dengan metode transfer ilmu dari Dosen kepada pihak yang di suluh. Implementasi kegiatan dapat dilihat pada diagram berikut :(Indahningrum et al., 2020).



Gambar 2. Diagram Proses Implementasi Kegiatan

### Persiapan

Persiapan dari kegiatan ini mencakup beberapa prosedur : Menyiapkan materi, Survei lokasi, Mengurus surat perizinan, Membuat proposal dan proses persetujuan lokasi pengabdian kepada masyarakat.

### Screening

Ada beberapa kegiatan yang dilakukan pada tahap screening antara lain Menyiapkan pembicara dan panitia sebelum acara, Memastikan semua alat-alat siap dibawa ke lokasi, Memastikan semua kebutuhan acara seperti dokumentasi dan transportasi.

### Implementasi Kegiatan

Pelaksanaan dari rencana yang telah disusun dalam sosialisai yang diberikan kepada Masyarakat di Nagari Simpang Tanjung Nan Ampek antara lain : Memberikan materi mengenai penggunaan aplikasi *shopee*, Memberikan materi dalam penggunaan aplikasi *shopee* untuk

meningkatkan keuntungan bagi UMKM di Nagari Talu, Melakukan pelatihan pemanfaatan dan penggunaan aplikasi shopee bagi UMKM .

### Laporan Kegiatan

Laporan kegiatan disusun oleh TIM PKM Mandiri UPI “YPTK” Padang setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Laporan kegiatan selanjutnya diberikan kepada LPPM UPI “YPTK” Padang.

### Evaluasi

Indikator untuk penilaian keberhasilan kegiatan ini antara lain : 80% peserta yang di undang hadir dalam pelatihan, Terlaksananya seluruh kegiatan pelatihan, 0% peserta mampu memahami materi yang diberikan, Pernyataan kepuasan dari peserta pelatihan.

## PEMBAHASAN

Marketplace merupakan media online berbasis internet (web based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier/penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka (Opiida, 2014).

### Perbedaan Marketplace dan E-commerce

Sejak awal mula kedatangannya hingga saat ini penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia terus mengalami pertumbuhan, di tahun 2016 pengguna Internet mencapai 132,7 juta jiwa. Hal

tersebut mendorong para inovator untuk melakukan perubahan dalam kehidupan manusia. Salah satu sektor yang terpengaruhi perkembangan teknologi informasi dan internet tersebut adalah sektor perekonomian.

*E-commerce* merupakan sebuah toko virtual yang melakukan kegiatan jual-beli menggunakan media internet. Selain itu ada juga *marketplace* yang merupakan pasar virtual dimana para penjual dan pembeli melakukan transaksi menggunakan media internet. Perbedaan dari *marketplace* dan *e-commerce* dapat terlihat. Selain itu jika *e-commerce* hanya ada satu penjual dengan satu brand saja atau dengan kata lain toko versi virtual.

Kelebihan yang dimiliki oleh *marketplace* adalah konsumen dapat melakukan komunikasi dan tawar-menawar dengan penjual sama halnya seperti di pasar konvensional.

### Keuntungan marketplace

Untuk membangun sebuah sistem yang terintegrasi dengan internet tidaklah mudah dan murah, selain itu juga sistem tersebut perlu dilakukan perbaikan secara berkala dan itu pun bukan sesuatu yang mudah dan murah. Oleh karena itu dengan adanya marketplace pelaku bisnis atau usaha tidak perlu mengeluarkan biaya mahal untuk membangun sistem karena telah disediakan oleh pihak *marketplace*.

Dengan itu para pelaku usaha ataupun bisnis dapat memangkas biaya operasional. Dalam sebuah marketplace para pelaku usaha atau bisnis tidak perlu melakukan promosi karena situs marketplace telah memiliki strategi promosi sendiri yang mana promosi

tersebut akan berdampak pula pada usaha ataupun bisnis. Yang perlu dilakukan dalam menjalankan usaha di situs *marketplace* adalah memberikan informasi produk selengkap – lengkapnya informasi harga dan yang lainnya. Dengan segudang manfaat yang diberikan para pelaku usaha atau bisnis dapat memangkas biaya transaksi, mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru sehingga tercipta efisiensi.

### Proses Marketplace

Sistem penjualan berbasis marketplace merupakan kegiatan transaksi bisnis yang dilakukan secara online dengan cukup praktis tanpa harus berkurban lebih dan cukup melakukan transaksi bisnis melalui hp, laptop, atau alat telekomunikasi lainnya. Marketplace juga dapat menunjukkan banyaknya pengaruh yang berdampak positif baik bagi pengguna dalam mencari informasi maupun untuk kegiatan bisnis. Marketplace juga memiliki segmentasi penerapan yang luas secara garis besar, marketplace diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business to business*, *business to customer*, dan *customer to customer*.

Mula-mula pengguna internet atau calon konsumen melakukan aktifitas melihat informasi secara sekilas, sekedar untuk melihat-lihat informasi produk-produk terbaru, dan kemudian yang kedua, calon konsumen mencari data dan informasi produk-produk yang ingin diketahui lebih dalam sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan.

Jika calon konsumen berminat dengan produk-produk yang tersedia

pada marketplace tersebut, calon konsumen selanjutnya bisa mulai menambahkan pesanan pada fitur keranjang belanja dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik, yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet. Pesanan yang telah tersimpan di sistem marketplace akan ditindaklanjuti oleh merchant, yang akan mengirimkan produk-produk yang telah dipesan kepada konsumen.

Evaluasi Keberhasilan Keberhasilan pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilihat dari indikator sebagai berikut : (1) Masyarakat di Nagari Simpang Tanjung Nan Ampek menerima dengan baik mengenai pemaparan materi dan merespon dari topik yang di jelaskan mengenai sosialisasi dan pelatihan marketplace, sehingga terjalinnya komunikasi dua arah dengan tim pengabdian masyarakat. (Ahsyar et al., 2020)., (2) Membantu masyarakat dalam menentukan strategi yang tepat untuk memasarkan produk yang ada di nagari Simpang Tanjung Nan Ampek, serta memberikan manfaat untuk kemajuan ekonomi.



Gambar 3. Pemberian Materi kepada Peserta

## SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat berhasil diselenggarakan dengan metode sosialisasi dan pelatihan. Proses kegiatan terdiri dari prakegiatan, pelatihan pembuatan akun *marketplace*, pendampingan pemasaran *online* melalui *marketplace*. Dengan adanya kegiatan pengabdian dan masyarakat ini, memudahkan masyarakat dalam meningkatkan penjualan produk dengan implementasi *marketplace*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- Aliakbari, F., Parvin, N., Heidari, M., & Haghani, F. (2021). Efektivitas Marketplace Shopee sebagai Marketplace Belanja Online yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 24–29.
- Asmiatun, S., Rohman Cholil, S., & Utomo, V. G. (2022). Pemanfaatan Marketplace Shopee Untuk Keberlangsungan UMKM Batik Kampung Tematik Durenan Indah Semarang. *ABDIFORMATIKA Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 13–18. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v2i1.146>
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi Pkm*, 2(2), 206. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i2.9765>
- Indahningrum, R. putri, Naranjo, J., Hernández, Naranjo, J., Peccato, L. O. D. E. L., & Hernández. (2020). No *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027> <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/0A??>
- Informasi, F. T., & Luhur, U. B. (2022). *Sosialisasi Pemanfaatan Marketplace ( Shopee Dan Aplikasi Grab ) Untuk*. 01(03), 9–14.