

Pelatihan Strategi Pemasaran Produk secara Online pada Marketplace untuk Pelaku UMKM di Masyarakat Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus

Dwi Septiana Sari¹, Handini Arga Damar Rani², Adi Nova Trisetiyanto³, R. Irlanto Sudomo⁴

¹Program Studi Pendidikan IPA, Universitas IVET

^{2,3,4}Program Studi Pendidikan Informatika, Universitas IVET

Email: saridwiseptiana@gmail.com

Abstrak

Pandemi Covid-19 yang terjadi di seluruh negara menjadi ancaman global bagi semua bidang kehidupan, termasuk pada pertumbuhan ekonomi. Bisnis menjadi salah satu sektor yang terdampak cukup besar, bahkan mengalami krisis di tengah pandemi ini. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga ikut terimbas akibat adanya kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang dikeluarkan oleh pemerintah, salah satunya di Kabupaten Kudus. Jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Kudus sebanyak 988 (Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah, 2021). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus, pada 2020 Kabupaten Kudus mengalami kontraksi penurunan ekonomi sebesar -3,03%. Oleh karena itu, dorongan diberikan pemerintah Kabupaten Kudus agar UMKM mampu bertahan dalam mempromosikan produknya. Berdasarkan latar belakang tersebut tim pengabdian Universitas Ivet akan mengadakan pelatihan strategi pemasaran produk secara online pada *marketplace* untuk pelaku UMKM di Masyarakat Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus agar angka penjualan UMKM dapat meningkat dengan peserta masyarakat pelaku UMKM dan para pemuda karang taruna, kegiatan pelatihan berjalan dengan lancar.

Kata Kunci: *Strategi pemasaran online, Marketplace, UMKM Kota Kudus*

Abstract

The Covid-19 pandemic that has occurred in all countries has become a global threat to all areas of life, including economic growth. Business is one of the sectors that has been affected quite a lot, even experiencing a crisis in the midst of this pandemic. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are also affected by the PSBB (Large-Scale Social Restrictions) and PPKM (Enforcement of Community Activity Restrictions) policies issued by the government, one of which is in Kudus Regency. The number of MSMEs in Kudus Regency is 988 (Central Java Province Small & Medium Enterprise Cooperative Service, 2021). Based on data from the Central Statistics Agency of Kudus Regency, in 2020 Kudus Regency experienced a contraction of the economy by -3.03%. Therefore, the government of Kudus Regency gave encouragement so that MSMEs could survive in promoting their products. Based on this background, the Ivet University service team will hold online product marketing strategy training on the marketplace for MSME actors in the Gulang Village Community, Mejobo District, Kab. Kudus, so that MSME sales figures can increase with community participants of MSME actors and youth youth organizations, training activities run smoothly.

Keywords: *Online marketing strategy, Marketplace, UKM Kudus City*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi di seluruh negara menjadi ancaman global bagi semua bidang kehidupan, termasuk pada pertumbuhan ekonomi (OECD, 2021). Bisnis menjadi salah satu sektor yang terdampak cukup besar, bahkan mengalami krisis di tengah pandemi ini. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga ikut terimbas akibat adanya kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang dikeluarkan oleh pemerintah (DJP, 2020), salah satunya di Kabupaten Kudus. Jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Kudus sebanyak 988 (Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah, 2021). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus, pada 2020 Kabupaten Kudus mengalami kontraksi penurunan ekonomi sebesar -3,03%. Oleh karena itu, dorongan diberikan pemerintah Kabupaten Kudus agar UMKM mampu bertahan dalam mempromosikan produknya. Perubahan drastis terhadap pola pemasaran di masa pandemi tentunya harus dapat diikuti oleh para pelaku usaha. Strategi pemasaran ditujukan untuk memecahkan masalah pemasaran serta membuat keputusan yang strategis mengenai penjualan produk usaha (Biasa et al., 2021). Oleh karena itu, pemasaran memegang peranan penting dalam meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran yang dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak tingkat penjualan di masa pandemi covid-19 yakni pemasaran online melalui *Marketplace*.

Berdasarkan data yang dihimpun dari *website* iprice mengenai persaingan toko

online di Indonesia menyebutkan bahwa pada kuartal Q4 tahun 2021, tiga besar market place dengan jumlah pengunjung bulanan terbanyak, yaitu (1) Tokopedia (157.443.300 pengunjung), (2) Shopee (138.776.700 pengunjung) dan (3) Lazada (28.173.300 pengunjung) (Tim Riset iPrice, 2021). Hal ini tentunya menjadi faktor pendukung keberhasilan para seller untuk memasarkan produknya melalui market place. Berdasarkan latar belakang tersebut tim pengabdian Universitas Ivvet akan mengadakan pelatihan strategi pemasaran produk secara online pada *marketplace* untuk pelaku UMKM di Masyarakat Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus agar angka penjualan UMKM dapat meningkat.

METODE

Pengabdian masyarakat ini dilakukan pada tanggal 26 Maret 2022 dan 2 April 2022 di Balai Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus, serta pendampingan secara daring kepada pelaku UMKM Desa Gulang selama bulan April-Juli 2022. Kegiatan pengabdian ini dilakukan menggunakan metode sosialisasi melalui ceramah, diskusi/tanya jawab, dan demonstrasi/praktek melalui tahapan sebagai berikut:

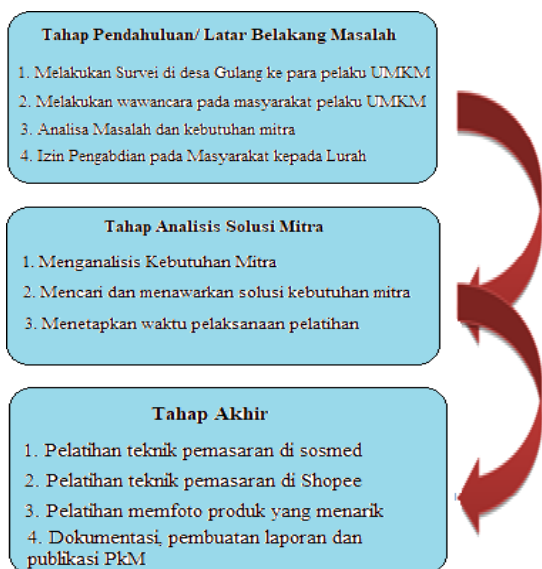
1. Rapat anggota tim, merancang program yang akan dilaksanakan.
2. Menghubungi Kepala Desa Gulang untuk mengkonfirmasi waktu dan daftar peserta yang akan mengikuti sosialisasi.
3. Mempersiapkan materi, peralatan dan bahan untuk kegiatan sosialisasi.

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

- a) Metode ceramah dan tanya jawab, digunakan pada waktu menyampaikan materi kegiatan.
- b) Metode demonstrasi dan latihan praktek, digunakan pada waktu praktik pemasaran secara online melalui market place.

Peserta yang terdiri dari beberapa pelaku UMKM serta pemuda karang taruna dengan total peserta 50. Acara dilaksanakan secara langsung tatap muka di balai desa.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM



Gambar 1: Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM

Analisis dan Solusi Permasalahan Mitra

Analisa solusi dan permasalahan Mitra melalui pendekatan sebelumnya yakni melalui survei dan wawancara dengan pihak salah satu masyarakat pelaku UMKM, maka didapatkan analisa permasalahan yaitu menurunnya penjualan produk mereka selama

masa pandemic covid-19, dikarenakan mereka melakukan jual beli masih secara konvensional dengan menjualnya pada pasar tradisional, dengan adanya aturan pemerintah yang memberlakukan pembatasan social maka proses jual beli secara konvensionalpun terdampak cukup besar dengan menurunnya penjualan mereka, maka dari hal tersebut kami menawarkan solusi yaitu dengan mengadakan pelatihan dengan materi:

1. Pelatihan teknik pemasaran di sosmed salah satu pelatihan yang dapat meningkatkan promosi produk dari usaha yang dimiliki pelaku UMKM, guna untuk menyebar luaskan informasi tentang produk yang dimiliki, teknik pemasaran melalui sosmed ini dilakukan pada beberapa platform seperti pada Instagram, Facebook dan TikTok, sehingga dengan penyebaran informasi prosuk usaha diharapkan banyak masyarakat yang mengetahui dan dapat meningkatkan penjualan.

2. Pelatihan teknik pemasaran di marketplace Shopee akan membantu memudahkan pelaku UMKM dalam menjualkan produknya secara online, dimana dengan adanya aturan pembatasan social yang berlaku, maka dengan adanya toko pada *marketplace* dapat memperluas target customer potensial yang tak terbatas terhadap waktu dan tempat dalam melaksanakan aktifitas jual beli, sehingga penjualanpun dapat meningkat, selain itu pada marketplace lebih memudahkan kita dalam mengelola dan memantau keuangan usaha dan manajemen produk yang lebih teratur, sehingga banyak manfaat dan keuntungan yang akan di dapatkan oleh pelaku UMKM.

3. Pelatihan teknik foto produk yang menarik adalah salah satu teknik yang dapat meningkatkan penjualan. Dengan adanya pelatihan ini para pelaku UMKM menjadi mahir dan kreatif dalam menampilkan foto produk mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian ini diselenggarakan dengan melibatkan berbagai pihak, yaitu (1) Kepala Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus yang berperan dalam pemberian izin, sosialisasi kegiatan kepada sasaran peserta, dan pendaftaran anggota sosialisasi (2) dosen Universitas Ivet sebanyak 4 orang yang berperan sebagai narasumber (tutor) dalam pelatihan; (3) Masyarakat pelaku UMKM dan remaja karang taruna Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus

Kegiatan pengabdian dilakukan dalam jangka waktu 6 bulan yaitu kegiatan observasi, kegiatan pelaksanaan, dan kegiatan pembuatan laporan. Kegiatan pelaksanaan dilakukan pada tanggal 26 Maret 2022 dan 2 April 2022. Peserta kegiatan pengabdian adalah warga desa, pelaku UMKM Desa Gulang serta perwakilan dari Karang Taruna Desa Gulang.

Pembahasan

Model kegiatan dari pengabdian adalah memberikan sosialisasi dan praktek mengenai strategi pemasaran produk secara online pada marketplace dalam bentuk pemberian materi, praktik dan tanya jawab. Tahapan yang dilakukan pada pengabdian ini yaitu sebagai berikut:

a) Persiapan Sosialisasi

Pada tahap persiapan, akan dilaksanakan beberapa hal diantaranya: a) penyusunan materi sosialisasi, b) persiapan alat dan bahan yang diperlukan, c) konfirmasi waktu, daftar peserta dan jadwal kegiatan kepada Kepala Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus.

b) Pelaksanaan Sosialisasi

Sosialisasi mengenai strategi pemasaran produk secara online pada marketplace dilaksanakan pada dua tahap. Tahap I mengenai pengenalan *Marketplace*, Online shop, E-commerce serta teknik display produk yang menarik, sedangkan tahap II mengenai Teknik pemasaran melalui market place Shopee, Instagram dan praktik display produk yang menarik.

Berikut dokumentasi-dokumentasi acara kegiatan pengabdian masyarakat yang telah terkaksana dengan lancar:

Berikut dokumentasi materi pelatihan *Marketplace*, *Online shop*, *E-commerce* yang disampaikan oleh ibu Dwi Septiana Sari, M.Pd



Gambar 1. Pemberian materi pelatihan pemasaran pada social media

Berikut dokumentasi materi pelatihan teknik penjualan produk pada Marketplace Shopee yang disampaikan oleh ibu Handini Arga Damar Rani, M.Kom.



Gambar 2. Pemberian materi dan praktek menjual produk pada marketplace

Berikut dokumentasi materi pelatihan Teknik memotret produk yang menarik oleh Bpk. R. Irlanto Sudomo, M.Pd.



Gambar 3. Materi teknik display produk yang menarik

Selanjutnya adalah dokumentasi kegiatan praktek teknik memfoto produk yang didampingi oleh bapak Adinova Trisetiyanto, M.Pd.



Gambar 4. Praktek fotografi produk yang menarik

c) Evaluasi Hasil Sosialisasi

Pada tahap evaluasi, tim pengabdian melakukan evaluasi mengenai respon peserta terhadap kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan melalui penyebaran angket di sertai dengan penutupan dengan foto bersama antara tim dosen pengabdian dan para peserta.



Gambar 5. Penutup kegiatan dengan foto bersama

SIMPULAN

Dari kegiatan PKM yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu

1. Mengetahui kesiapan pelaku UMKM di Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus dalam memasarkan produk secara online pada marketplace pada masa pandemic Covid-19.

2. Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus mengenai strategi pemasaran produk secara online pada marketplace.
3. Menambah pengetahuan pemahaman masyarakat Desa Gulang, Kecamatan Mejobo, Kab. Kudus mengenai strategi pemasaran produk secara online pada marketplace.
4. Memberikan dukungan pelaku UMKM Desa Gulang agar dapat melaksanakan strategi pemasaran produk secara online dengan baik di masa pandemic Covid-19.

OECD. (2021). Pandemi covid-19 menghantam keras perekonomian emerging Asia (Vol. 2507, Issue February).

Tim Riset iPrice. (2021). Persaingan toko online di Indonesia per kuartal q4 2021.

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>

DAFTAR PUSTAKA

Biasa, K. M., Tumbel, A. L., & Walangitan, M. D. (2021). Pemanfaatan sistem pemasaran online dan strategi pemasaran dalam meningkatkan pembelian konsumen pada masa pandemic covid-19 (study kasus online shop Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 948–956.

Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2021). Data UMKM per Kab/Kota. <https://satudata.dinkop.umkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota>

DJP. (2020). Geliat UMKM di masa pandemi. <https://www.pajak.go.id/id/artikel/geliat-umkm-di-kala-pandemi>