

PELATIHAN MASYARAKAT DESA MENGENAI CARA PENJUALAN ONLINE SERTA PEMANFAATAN APLIKASI MARKETPLACE

Yuliana Yamin^{*1}, Kinanti Nurul Faithya², Meilinda Safitri³, Tedi Gunawan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, Lampung

e-mail: ^{*1}yuliyamin0607@gmail.com, ²kinantinurulf.31023@gmail.com, ³meilindasafitridian@gmail.com,

⁴tedigunawan73@gmail.com

Abstrak

Tujuan Pengabdian ini adalah untuk memberi pelatihan kepada masyarakat mengenai cara menjual produk mereka di berbagai media (seperti web, media sosial, marketplace). Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Roworejo Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Sasaran dari kegiatan ini adalah anggota masyarakat umum yang ada di desa tersebut dari berbagai usia. Materi yang diberikan adalah cara penjualan online melalui media sosial, termasuk cara pembuatan toko online di marketplace. Pelatihan dilakukan selama dua hari dengan total 24 peserta. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah ceramah dan praktik langsung. Media yang digunakan dalam pelatihan ini adalah ponsel yang terkoneksi internet. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa masyarakat sudah paham mengenai cara penjualan produk di berbagai media dan dapat membuat toko online sendiri dengan memanfaatkan media sosial dan marketplace.

Kata kunci: Marketplace, Media Sosial, Online, Pelatihan, Penjualan

Abstract

The purpose of this service is to provide training to the public on how to sell their products in various media (such as web, social media, marketplace). This community service was carried out in Roworejo Village, Pesawaran Regency, Lampung Province. The target of this activity is members of the general public in the village of various ages. The material provided is how to sell online through social media, including how to create an online store in the marketplace. The training was conducted for two days with a total of 24 participants. The methods used in this training are lectures and hands-on practice. The media used in this training is a mobile phone connected to the internet. The results of the service show that the community already understands how to sell products in various media and can create their own online store by utilizing social media and marketplaces.

Keywords: Marketplace, Social Media, Online, Training, Sales

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global[1]. Dalam kaitannya dengan dunia usaha, penggunaan teknologi menjadi wadah besar dalam meningkatkan strategi pengguna bisnis[2]. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk

menjalankan usahanya[3]. Ketatnya persaingan membuat mereka rela melakukan berbagai cara dengan saling bersaing untuk merebutkan posisi pasar untuk mendapatkan hati para konsumen [4] dalam memasarkan berbagai produk-produk mereka.

Teknologi informasi dapat digunakan untuk meningkatkan promosi maupun untuk membantu pengolahan data-data yang ada untuk dijadikan sebuah informasi[5]. Selain itu, sangat penting untuk meningkatkan usaha dan

mamaksimalkan penjualan produk[6]. Para pelaku usaha harus mempertimbangkan dengan baik pemilihan media yang tepat dalam mempromosikan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat[7]. Sekarang, Jaringan teknologi informasi menjangkau masyarakat luas dari berbagai wilayah untuk aktif dalam aktivitas jual beli pada ruang lingkup media *online* maupun *marketplace*[8]. Meningkatnya penggunaan internet di Indonesia berpengaruh terhadap perkembangan e-commerce yang ada di Indonesia, khususnya *marketplace*[9].

Roworejo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran[10]. Desa Roworejo memiliki berbagai produk-produk yang diperjual belikan, mulai dari gula sawit padat[11], produksi kelanting[12], dan masih banyak lagi. Sayangnya, Penjualan produk ini masih manual (offline), belum secara *online* atau menggunakan media sosial atau *e-commerce* [13]. Padahal, Internet bukan hal asing lagi bagi masyarakat. Hampir setiap hari mereka mengakses internet. Entah itu untuk sekedar berkomunikasi, menonton hiburan maupun aktivitas lainnya.

Pengabdian sejenis sudah pernah dilakukan, antara lain pengabdian oleh Wijayanti, dkk sosialisasi dan Pelatihan bisnis online menggunakan aplikasi *shopee* yang diharapkan dapat membantu memasarkan produk mereka secara E-marketing pada masa Pandemi Covid-19[14]. Pengabdian yang dilakukan pelatihan pemasaran secara online bagi Kelompok Usaha

Bersama Srikandi dengan hasil dapat menghasilkan pemasaran dan promosi secara online atas hasil produksinya secara luas sehingga dapat meningkatkan penjualan yang berdampak pula pada peningkatan pendapatan Kelompok Usaha Bersama[15].

Berdasarkan analisis situasi di atas, tim tertarik untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat khususnya di Desa Roworejo untuk memberi pelatihan kepada masyarakat mengenai cara menjual produk mereka di berbagai media (seperti web, media sosial, *marketplace*). Harapannya, masyarakat dapat memahami dan menerapkan ilmu yang didapatkan dari pelatihan tersebut sehingga dapat mengembangkan usaha yang telah mereka jalani selama ini.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam pelatihan penjualan online ini adalah metode ceramah dan pelatihan langsung. Adapun ceramah yang kami lakukan adalah memberikan materi pelatihan terkait penjualan online. Pelatihan dilakukan selama dua hari dengan total 24 peserta. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 21-22 Agustus 2021 yaitu hari Sabtu dan Minggu.

Pada hari pertama kami memberikan materi pelatihan penjualan online melalui media sosial dan pada hari kedua kami memberikan materi pelatihan penjualan online melalui *Marketplace*. Waktu pelaksanaan dari pukul

09.00 - 11.30 WIB. Lokasi pelaksanaan pelatihan bertempat di Aula Balai Desa Roworejo. Materi pelatihan yang diberikan adalah penjualan online melalui media sosial. Materi ini dipilih karena menurut trend saat ini media sosial merupakan salah satu yang sangat digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Media sosial yang digunakan seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*, sedangkan marketplace yang kami gunakan adalah *Tokopedia*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Guna mengatasi permasalahan yang ada, kami melakukan pelatihan secara langsung kepada masyarakat. Untuk menunjang pelatihan kami memberikan panduan berupa modul pelatihan penjualan online berupa softcopy yang berekstensi .Pdf. Adapun fasilitas lainnya yang kami berikan adalah sarana hotspot. Kemudian kami menggunakan aula balai desa Roworejo sebagai tempat untuk pelatihan. Tempat tersebut kami pilih karena ruangan yang cukup luas dan tersedia pula LCD serta microphone.

Sebagian masyarakat sudah memiliki akun pada media sosial seperti seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*. Sehingga kami langsung mempraktikan untuk pelatihan penjualan online dengan akun media sosial yang sudah dimiliki masing-masing peserta. Pada saat pelatihan diberikan materi mengenai penjualan online melalui marketplace mulai dari cara mengetahui Latar Belakang dan reputasi

markerplace, cara mencari situs *marketplace* yang ramai dan memiliki sstem yang memudahkan transaksi, serta prospek dari marketplace tersebut.

Kami memberikan ceramah terlebih dahulu mengenai apa saja marketplace yang ada di Indonesia. Salah satu yang terbesar adalah Tokopedia. Selanjutnya kami memulai pelatihan dengan memilih tokopedia sebagai marketplace untuk tempat berjualan online. Pelatihan ini dimulai dengan membuat akun tokopedia terlebih dahulu. Kemudian melengkapi data untuk memulai membuka toko online. Masyarakat cukup antusias dengan pelatihan ini. Banyak di antara mereka yang baru mengetahui tokopedia.

Pada Akhir pelatihan, pelatihan ini berhasil dilaksanakan dengan didapati bahwa mereka cukup antusias dengan materi yang disampaikan. Beberapa kendala yang ada antara lain akses internet yang belum memadai sehingga membuat proses berjalan lambat. Selain itu, peserta masih bingung dalam melengkapi data pada saat pendaftaran akun Tokopedia. Namun pada akhirnya, peserta paham mengenai cara penjualan produk di berbagai media social. Selain itu, seluruh peserta juga sudah memiliki akun Tokopedia.

4. SIMPULAN

Dari hasil tersebut juga dapat disimpulkan bahwa Pelatihan penjualan online telah berhasil dilaksanakan meskipun dengan berbagai kendala yang ada. Hal ini terbukti dari peserta yang

senantias hadir dalam kegiatan. Ketika pelatihan dilakukan mereka cukup antusias dengan materi yang disampaikan.

5. SARAN

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan, pengabdian berharap semoga terdapat program-program pengabdian masyarakat lainnya mengenai pengembangan bisnis online yang ditujukan kepada masyarakat desa. Selain itu, sangat diharapkan masyarakat untuk terus mau belajar dalam mengembangkan bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 9–14, 2019, doi: 10.32670/coopetition.v10i1.25.
 - [2] N. S. B. Maria and T. Widayati, "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi," *J. Konsep Bisnis dan Manaj.*, vol. 6, no. 2, pp. 234–239, 2020, doi: 10.31289/jkbm.v6i2.3801.
 - [3] T. Pradiani, "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan," *J. Ilm. Bisnis dan Ekon. Asia*, vol. 11, no. 2, pp. 46–53, 2017, doi: 10.32812/jibeka.v11i2.45.
 - [4] M. Y. D. Mukti, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar)," *Ris. Mhs. Ekon.*, vol. 2, no. 1, pp. 89–110, 2015.
 - [5] A. N. Nurhayati, A. Josi, and N. A. Hutagalung, "Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Dan Pembelian Barang Pada Koperasi Kartika Samara Grawira Prabumulih," *J. Teknol. dan Inf.*, vol. 7, no. 2, pp. 13–23, 2018, doi: 10.34010/jati.v7i2.490.
 - [6] D. Sari, N. Azriya, A. Anum, and H. Devi, "PENYULUHAN DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA RUMAHAN DI KELURAHAN TANJUNG BARU KEC. KEDAMAIAN," *J. Abdi Ilmu*, vol. 2, no. 2, pp. 88–93, 2021.
 - [7] E. Fantini, M. Sofyan, and A. Suryana, "Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19," *J. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 126–131, 2021, doi: 10.5281/ZENODO.4575272.
 - [8] W. Ana, T. D. F. Sophan, C. Nisa, and D. A. Sanggarwati, "Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM CN Collection Di Sidoarjo," *Media Mahard.*, vol. 19, no. 3, pp. 517–522, 2021, doi: 10.32812/jibeka.v11i2.45.
-

- 10.29062/mahardika.v19i3.274.
- [9] K. Rahmawati, "Pelatihan Penjualan Online Menggunakan Marketplace Pada UKM Di Bantul," *Dharma LPPM*, vol. 2, no. 1, pp. 79–85, 2021, doi: 10.31315/dlppm.v2i1.4794.
- [10] D. S. Melani, M. Ahyanti, and D. Ginting, "GAMBARAN SANITASI PEMUKIMAN DI DESA ROWOREJO KECAMATAN NEGERI KATON KABUPATEN PESAWARAN TAHUN 2020," *Ruwa Jurai J. Kesehat. Lingkung.*, vol. 15, no. 2, pp. 92–100, 2020.
- [11] K. Kuswarak, N. Nuzleha, Y. Yamin, and A. I. Saputra, "Pendampingan Petani Gula Aren Sawit di Desa Roworejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran," *Pros. Semin. Nas. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 337–342, 2020, doi: 10.24967/psn.v1i1.849.
- [12] Ahiruddin, H. Habe, K. Eddy, and Nelson, "Upaya Meningkatkan Produksi Kelanting Warga Dusun Pendowo Desa Roworejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung," *J. Abdi Masy. Saburai*, vol. 1, no. 2, pp. 33–41, 2020, doi: 10.24967/jams.v1i02.1038.
- [13] A. S. Dewi, A. Pujiati, A. Sarifudin, and R. Y. Winata, "Pembinaan Dan Pendampingan Umkm Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Pada Masyarakat Pesisir," *J. Abdi Masy. Saburai*, vol. 2, no. 1, pp. 52–59, 2021, doi: 10.24967/jams.v2i01.1240.
- [14] N. W. E. Wijayanti *et al.*, "Pelatihan Bisnis Online Menggunakan Aplikasi Shopee," *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 5, no. 1, pp. 206–215, 2021.
- [15] E. Kurniawati, A. Santoso, and S. Y. Widowati, "Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) "SRIKANDI"," *JIPEMAS J. Inov. Has. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 132–138, 2019, doi: 10.33474/jipemas.v2i2.2722.
-