

Pelatihan Digital Marketing melalui Aplikasi Shopee bagi Pemuda Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Tirto Kota Pekalongan

Ari Muhardono¹, Daru Anggara Murty², Milla Imadiya³, Yovita Christi⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pekalongan

¹arimuhardono.unikal@ac.id ²emrye.anggara@gmail.com ³millaimadiya@gmail.com, ⁴yovitachristi17@gmail.com

Abstract

Kelurahan Tirto is one of the villages located in Pekalongan Barat District with an area of 141.739 km². It consists of 9 RW and 44 RT. According to statistical data in 2022, the population is 11,114 people, consisting of 5,605 males and 5,509 females. Meanwhile, the livelihoods of the residents are quite diverse, including civil servants/military/police at 3%, private employees at 37%, entrepreneurs/traders at 19%, services at 28%, teachers/lecturers at 4%, farmers at 1%, and unemployed at 4%. In Kelurahan Tirto, there are Community Empowerment Institutions (LPM), Community Self-Reliance Organizations (BKM), Karangtaruna, and Family Income Improvement Groups (UP2K). However, community empowerment programs, especially for productive-age people, have not been fully implemented. Efforts are needed to increase knowledge, especially in digital marketing. Based on the above partner's problems, it is necessary to conduct training and mentoring activities on digital marketing, including fundamental digital marketing and product marketing strategies through the Shopee application to the community in Kelurahan Tirto, Pekalongan Barat District. The goal of this community service is to improve marketing skills for the community in Kelurahan Tirto so that they can increase their business sales.

Keywords: community empowerment, Kelurahan Tirto, digital marketing, Shopee

Abstrak

Kelurahan Tirto adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Pekalongan Barat dengan wilayah sebesar 141.739 km², Kelurahan Tirto terdiri dari 9 RW dan 44 RT. Menurut data statistik pada tahun 2022, jumlah penduduknya sebesar 11.114 jiwa; terdiri dari 5.605 laki-laki dan 5.509 perempuan. Sedangkan mata pencaharian penduduk cukup beragam meliputi PNS/TNI/POLRI sebesar 3%, karyawan swasta sebesar 37%, Wiraswasta/Pedagang sebesar 19%, Jasa sebesar 28%, Guru/Dosen sebesar 4%, Buruh Tani sebesar 1%, dan belum mendapat pekerjaan sebesar 4%. Di Kelurahan Tirto memiliki Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM), Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM), Karangtaruna, dan Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) namun program-program pemberdayaan masyarakat khususnya masyarakat usia produktif belum berjalan dengan maksimal, diperlukan upaya peningkatan pengetahuan terutama di bidang pemasaran digital. Berdasarkan permasalahan mitra diatas, maka perlu diadakan kegiatan pelatihan dan pendampingan mengenai digital marketing yang meliputi fundamental digital marketing dan strategi pemasaran produk melalui aplikasi Shopee kepada masyarakat di Kelurahan Tirto Kecamatan Pekalongan Barat. Tujuan dari pengabdian ini yaitu meningkatkan ketrampilan pemasaran pada masyarakat di Kelurahan Tirto agar mampu meningkatkan omset penjualan usahanya.

Kata Kunci : pemberdayaan masyarakat, kelurahan tirto, digital marketing, aplikasi shopee

1. Pendahuluan

Perkembangan dan penggunaan internet dalam skala global telah menciptakan peluang bagi konsumen, pemasok dan penjual barang serta jasa untuk berkomunikasi satu sama lain di pasar secara online. Internet tidak hanya dapat digunakan sebagai media untuk saling bertukar informasi di era digital ini, namun juga digunakan sebagai media bisnis. Bisnis dengan menggunakan media internet atau yang biasa dikenal dengan bisnis online memiliki potensi yang terhitung luas dan besar, karena banyak masyarakat yang sudah menggunakan internet dalam mengembangkan bisnisnya. [1]

Berdasarkan Infografis dan Hasil Survey Februari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta atau sebesar 73,7% dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 277,7 Juta orang. Hal yang sangat menarik adalah jumlah pengguna perangkat mobile (handphone) sebesar 370 juta atau sebesar 133 % dari jumlah penduduk Indonesia, hal ini dikarenakan pengguna internet bisa jadi memiliki lebih dari satu perangkat mobile. [2]

Penggunaan aplikasi marketplace juga mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, Tokopedia dan Shopee masih memimpin pasar e-commerce Indonesia. Persaingan keduanya semakin ketat jika dilihat berdasarkan rata-rata jumlah pengunjung per bulan. Menurut data iPrice, rata-rata pengunjung bulanan laman Tokopedia mencapai 157,2 juta pada kuartal I 2022. Angka tersebut naik 5,1% dari kuartal IV 2021 yang tercatat 149,6 juta kunjungan. Sementara Shopee di urutan kedua dengan rata-rata pengunjung bulanan 132,77 juta pada kuartal I 2022, naik 0,6% dari kuartal sebelumnya yang masih 131,9 juta. Kemudian Lazada naik ke peringkat tiga, menggeser Bukalapak pada tiga bulan pertama tahun ini. Rata-rata pengunjung bulanan dari kedua e-commerce tersebut masing-masing mencapai 24,68 juta dan 23,1 juta.[3]

Pada saat ini belanja online menjadi pilihan terbaik bagi konsumen untuk dapat memenuhi kebutuhannya karena dapat memperoleh barang yang dibutuhkan tanpa harus banyak waktu dan tenaga, serta terdapat kemudahan dalam melakukan transaksi dan harga yang cukup kompetitif dengan kualitas barang yang bagus. Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Melalui marketplace penjual tidak perlu bersusah payah ketika ingin melakukan kegiatan berjualan secara online. Penjual hanya perlu melakukan pendaftaran dan pembuatan akun di marketplace untuk memulai berjualan secara online. Setelah penjual berhasil membuat akun di marketplace, penjual hanya perlu meningkatkan pelayanan dan melakukan kegiatan promosi. [4]

Dalam era digital saat ini, pelatihan pemasaran online menjadi sangat penting bagi para pelaku bisnis yang ingin memasarkan produknya secara online. Salah satu aplikasi e-commerce yang digunakan sebagai sarana pemasaran online adalah Shopee. Namun, masih banyak pelaku bisnis yang belum memahami sepenuhnya cara efektif dalam memasarkan produk menggunakan aplikasi Shopee. Beberapa masalah yang dihadapi oleh para pelaku bisnis dalam melakukan pemasaran online melalui aplikasi Shopee antara lain persaingan yang ketat, keterbatasan promosi, penipuan, pengiriman, dan komunikasi dengan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan pemasaran online yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku bisnis dalam memasarkan produknya melalui aplikasi Shopee.

Kelurahan Tirto adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Pekalongan Barat dengan wilayah sebesar 141.739 km², dengan batas wilayah sebelah utara yaitu Kelurahan Pasirkratonkramat, batas wilayah sebelah selatan adalah Kelurahan Prinrejo, batas wilayah sebelah barat adalah Desa Pacar, dan batas wilayah sebelah timur yaitu Kelurahan Bendan Kergon. Kelurahan Tirto terdiri dari 9 RW dan 44 RT. Menurut data statistik pada tahun 2022, jumlah penduduknya sebesar 11.114 jiwa; terdiri dari 5.605 laki-laki dan 5.509 perempuan. Sedangkan mata pencaharian penduduk cukup beragam meliputi PNS/TNI/POLRI sebesar 3%, karyawan swasta sebesar 37%, Wiraswasta/Pedagang sebesar 19%, Jasa sebesar 28%, Guru/Dosen sebesar 4%, Buruh Tani sebesar 1%, dan belum mendapat pekerjaan sebesar 4%. Di Desa tersebut terdapat usaha industri micro kecil sebanyak 36 usaha dan usaha kerajinan rumah tangga sebanyak 4 usaha [5].

Di Kelurahan Tirto memiliki Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM), Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM), Karangtaruna, dan Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) namun program-program pemberdayaan masyarakat khususnya masyarakat usia produktif belum berjalan dengan maksimal, diperlukan upaya peningkatan pengetahuan terutama di bidang pemasaran digital.

Berdasarkan survey pendahuluan wawancara dengan Ibu Nur Imaniyah selaku Kepala Kelurahan Tirto Kecamatan Pekalongan Barat dan diskusi mendalam dengan Bapak Nanang Akhmad Syamton selaku Ketua Tim Lembaga Pemberdayaan Masyarakat maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

(a) Masyarakat yang tergabung dalam Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM), Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM), Karangtaruna, dan Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) mempunyai permasalahan berupa keterbatasan pengetahuan digital marketing

mengenai cara pemasaran produk melalui aplikasi marketplace shopee. (b). Pengetahuan tentang Pemasaran di Era Digital masih sangat minim, selama ini pemasaran masih sekedar menggunakan media Story Whatsapp dan Facebook dan belum berjalan dengan optimal

Berdasarkan permasalahan mitra diatas, maka perlu diadakan kegiatan pelatihan dan pendampingan mengenai digital marketing menggunakan aplikasi shopee kepada pemuda LPM di Kelurahan Tirto Kecamatan Pekalongan Barat. Tujuan dari pengabdian ini yaitu meningkatkan ketrampilan pemasaran pada masyarakat di Kelurahan Tirto agar mampu meningkat omset penjualan usahanya

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pemuda LPM Kelurahan Tirto Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan tentang Digital Marketing melalui aplikasi marketplace Shopee

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa tahapan kegiatan dan pendekatan yaitu :

2.1 Tahapan Persiapan

Pada tahapan ini, tim pengabdian masyarakat melaksanakan pertemuan dengan Kepala Kelurahan Tirto didampingi oleh Ketua LPM Kelurahan Tirto dengan metode focus grup discussion melakukan identifikasi masalah dan analisis kebutuhan kegiatan sehingga diperoleh gambaran bahwa hambatan yang dihadapi oleh mitra, kemudian membahas rencana kegiatan pelatihan, sasaran peserta, dan tujuan kegiatan.



Gambar 1. Focus Group Discussion dengan Mitra

2.2 Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di laksanakan dalam bentuk pelatihan digital marketing yang meliputi materi : 1) Fundamental Digital Marketing, 2) Pelatihan marketplace shopee, dengan materi yang dibahas mengenai mindset penting berpenghasilan rutin dari shopee, persiapan membuat akun Seller Shopee, manajemen toko, riset produk dan suplier, riset kompetitor, upload produk dan optimasi produk

2.3 Tahap Evaluasi dan Tanya Jawab

Dalam tahapan ini dilakukan evaluasi dengan menggunakan metode diskusi tanya jawab selanjutnya peserta mengisi kuesioner tentang pemahaman materi melalui google form

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Fundamental Digital Marketing

Materi tentang Fundamental Digital Marketing disampaikan oleh Bapak Ari Muhardono, S.Kom., M.Kom. dalam materi ini beliau menjelaskan tentang konsep digital marketing, kenapa digital marketing, dan bagaimana melakukan langkah awal dalam perencanaan digital marketing. Hal ini sangat penting sekali agar nantinya produk yang kita pasarkan dalam digital marketing lebih terstruktur dan terarah



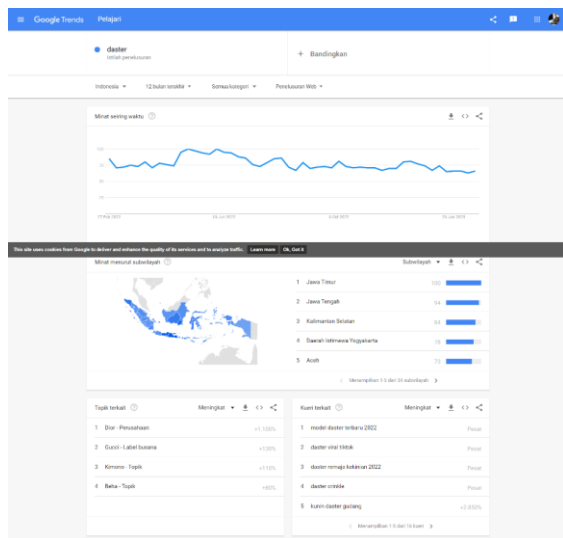
Gambar 2. Materi Fundamental Digital Marketing

E-Marketing Plan (Perencanaan E-Marketing) merupakan bagian dari strategi e-bisnis yang mencakup riset pasar dan komunikasi dengan pelanggan/kelompok pelanggan yang menggunakan internet. Rencana e-marketing sendiri sangat tergantung sumberdaya yang tersedia bagi organisasi E-Marketing Plan dirancang untuk mengidentifikasi dan menetapkan cara untuk mencapai tujuan marketing Rencana E-Marketing terdiri dari analisis permintaan dan analisis pesaing yang merupakan dasar untuk mengembangkan dan menerapkan strategi untuk menetapkan pasar sasaran. Langkah-langkah Perencanaan Digital Marketing antara lain :

1) Analisis Permintaan

Google Trends

Google Trends adalah layanan dari Google yang menyediakan data dan grafik mengenai popularitas yang sedang terjadi di halaman pencarian Google. [6]. Kita bisa menggunakan aplikasi ini untuk mengecek apakah produk Teh bunga telang banyak dicari melalui online, seberapa besar pencarian dengan kata kunci nama produk yang akan kita pasarkan misalnya produk “daster”, dan wilayah mana yang banyak mencari produk ini. Data ini sangat penting untuk kita gunakan dalam menganalisis permintaan. Hasil Pencarian Google Trends seperti pada Gambar 3 berikut ini :

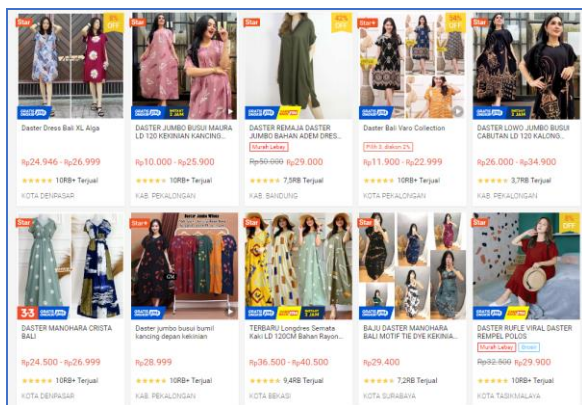


Gambar 3. Google Trends

Dari Gambar diatas bisa kita simpulkan bahwa pencarian kata “daster” selama 12 bulan terakhir masih sangat diminati terbukti dengan trend produk tersebut pada angka rerata 75% dan wilayah yang paling banyak mencari adalah provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Kalimantan Selatan. Hasil ini bisa kita jadikan pijakan dalam pemasaran online produk kita bisa difokuskan ke target pasar wilayah tersebut.

Riset Marketplace

Kita juga bisa melakukan analisis permintaan melalui Riset marketplace, dalam hal ini kita mencoba melalui aplikasi shopee dengan mengetikan kata kunci “Daster” untuk memastikan apakah produk ini banyak terjual di marketplace, apakah peminat banyak. Hasil Pencarian menggunakan aplikasi Shopee untuk produk dengan kata kunci “daster” seperti pada gambar 4



Gambar 4. Riset Marketplace

Pada gambar diatas dapat disimpulkan bahwa permintaan produk “daster” di marketplace shopee terbilang sangat tinggi, dibuktikan dengan jumlah penjualan yang sangat banyak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk “daster” memiliki peluang yang sangat tinggi dalam bisnis online

Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah membagi suatu pasar dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan dasar, karakteristik atau perilaku yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Sebelum kita mulai melakukan pemasaran online teh bunga telang kita perlu menetapkan segmentasi dan target pasar produk kita berdasarkan segmentasi geografis (daerah mana yang akan kita target, segmentasi demografis (usia, gender, dll apa yang akan kita tuju), segmentasi psikografis (gaya hidup, kepribadian, seperti apa yang akan kita targetkan), segmentasi perilaku (pengetahuan, sikap dll dari calon konsumen)

3.2. Digital Marketing melalui Aplikasi Shopee

Materi tentang Pelatihan Digital Marketing dengan Aplikasi Shopee disampaikan oleh Bapak Daru Anggara Murty, S.Ds., MM. pada materi ini berfokus pada *marketplace online* yang banyak diminati oleh kalangan milenial, hanya dengan menggunakan smartphone pengguna dapat menjual berbagai barang hasil produksi maupun menjadi *reseller*.

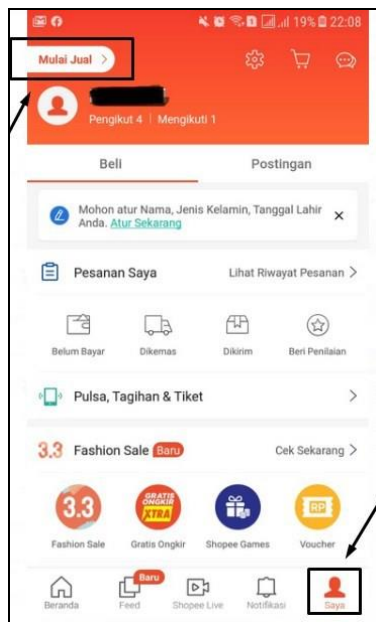


Gambar 5. Materi Digital Marketing melalui Shopee

Pada kegiatan pelatihan ini memanfaatkan aplikasi shopee sebagai platform dalam menunjang kegiatan bisnis. Aplikasi Shopee memberikan pengalaman baru dalam transaksi jual beli secara online. Dimana Shopee memberikan fasilitas pada penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang terbilang aman dan pengaturan logistic yang terintegrasi. Namun, ada beberapa yang perlu disadari oleh pengguna aplikasi shopee khususnya penjual, bahwasanya tidak semua yang dijual dapat laku keras.

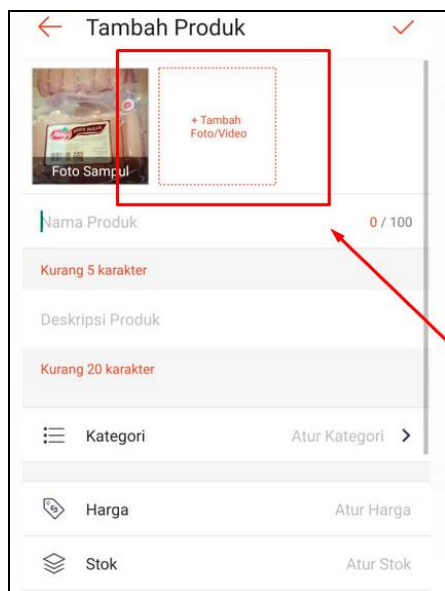
Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengakses aplikasi shopee :

- Membuat toko online pada aplikasi shopee dengan melengkapi berbagai persyaratan yang telah disediakan oleh aplikasi shopee, seperti profil toko, alamat toko, pembiayaan toko dan lain sebagainya. Dibawah ini contoh langkah dalam pembuatan toko online di aplikasi shopee:



Gambar 6. Mulai Jual

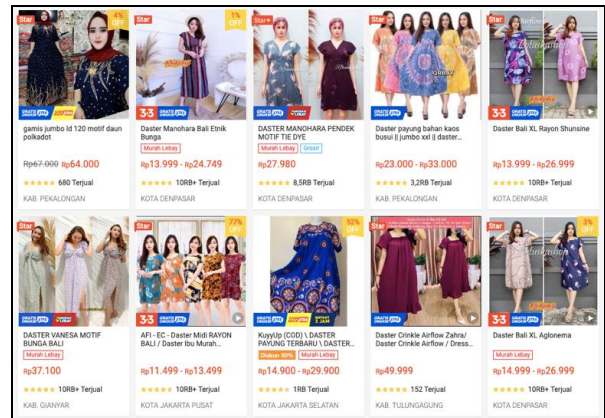
- b. Untuk melakukan penjualan pada aplikasi shopee, pengguna khususnya penjual dapat mengunggah/menambahkan foto dan video kedalam menu yang sudah tersedia. Dalam melakukan pengunggahan foto atau video perlu adanya sentuhan modifikasi desain, sebagai identitas produk atau pengenalan toko online secara tidak langsung. Berikut menu yang disediakan oleh aplikasi shopee untuk mengunggah foto atau video :



Gambar 7. Tambah Produk

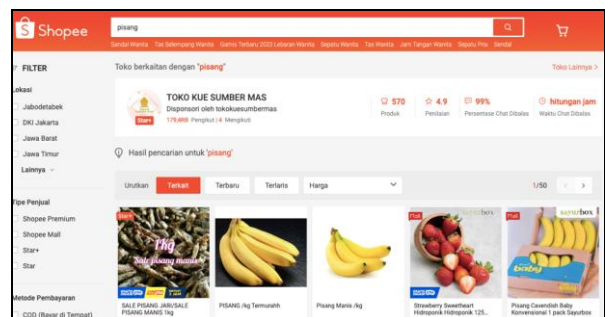
- c. Unggah foto selesai, selanjutnya menentukan harga yang kompetitif. Dalam menggunakan aplikasi online setiap penjual dikenakan biaya admin setiap kali ada transaksi dengan istilah lain, setiap ada barang yang terjual setiap seller (penjual) perlu memperhitungkan dengan matang

antara keuntungan dan biaya produksi. Harga di pasar online sangat bervariasi. Seperti Gambar 10 dibawah ini harga sangat bervariasi untuk baju wanita dan celana pria.



Gambar 8. Menentukan Harga

- d. Menuliskan judul atau kata kunci (keyword) dan deskripsi tentang produk yang dijual pada aplikasi shopee. Kata kunci yang mendasar sebagai nama produk dan deskripsi yang mudah dipahami oleh calon pembeli. Contoh diambil misalkan buah pisang kuning, sedangkan banyak macam-macam jenis pisang yang ada. Untuk penggunaan kata kunci cukup dengan kata "pisang". Ketika pembeli ingin mencari atau membeli pisang, bagaimana barang yang kita jual muncul di halaman awal ketika calon pembeli menuliskan kata "pisang" pada mesin pencarian.



Gambar 9. Kata Kunci Produk

Dari keempat langkah diatas, yang menjadi fokus lebih menekankan tentang menentukan atau menuliskan sebuah kata kunci (*keyword*), kita sebagai kompetitor baru harus memahami banyak persaingan terjadi didalam *marketplace*, penulisan kata "harga murah" serta diiringi dengan harga yang sangat murah tidak menjamin produk akan cepat laku terjual.

Jumlah produk terjual pada marketplace dapat mendorong keyakinan pembeli untuk melakukan transaksi, itu terbukti karena terdapat penilaian tentang rating toko online untuk memberikan kepercayaan, serta ulasan produk dari pembeli sebelumnya menambah poin lebih kepada calon pembeli.

4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing menggunakan Aplikasi Shopee bagi Pemuda Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Tirto Kec. Pekalongan Barat Kota Pekalongan dapat disimpulkan sebagai berikut : (a). Kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan peserta tentang fundamental digital marketing, bagaimana memulai perencanaan digital marketing dengan melakukan analisis permintaan, segmentasi pasar, riset market, analisis pesaing dan lain-lain. (b). Kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta bagaimana tips jualan laris di Aplikasi Shopee

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada LPPM Universitas Pekalongan yang telah memberikan dukungan dana dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Tirto Pekalongan Kecamatan Pekalongan Barat sebagai mitra yang telah membantu sehingga acara kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan lancar

Daftar Rujukan

- [1] V. D. W. Aryanto and Y. Wismantoro, *Marketing Digital : Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. Yogyakarta: PT Kanisius, 2020.
- [2] We Are Social, "Digital 2022 Indonesia :all the data, trends, and insights you need to help you understand how people use the internet, mobile, social media, and ecommerce. Hootsuite," *Hootsuite*, 2022. <https://wearesocial.com/digital-2021>.
- [3] V. A. Dihni, "10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022," *https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022*, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022> (accessed Oct. 07, 2022).
- [4] D. Apriadi and A. Y. Saputra, "E-Commerce berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian," *J. Resti*, vol. 20, no. 12, pp. 131–136, 2017, doi: 10.3969/j.issn.2095-4344.2016.12.002.
- [5] B. K. Pekalongan, *Kecamatan Pekalongan Barat dalam Angka 2022*. Pekalongan: BPS Kota Pekalongan, 2022.
- [6] Ibrahim, "Google Trend Adalah: Pengertian dan Cara Menggunakannya," *Accurate*, 2021. <https://accurate.id/digital-marketing/google-trend-adalah/>.