

Pelatihan Kewirausahaan Pemanfaatan *Marketplace* Sebagai Strategi Pemasaran Penjualan Usaha Ponsel Pada IbuyStore

I Gusti Ayu Sri Melati¹
Komang Hari Shanti Dewi^{2*}
Wayan Andrika Putra³

¹Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Indonesia

^{2*}Penelitian dan Evaluasi Pendidikan Guru, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia

³Manajemen Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Indonesia

[¹melati@stikom-bali.ac.id](mailto:melati@stikom-bali.ac.id)

[^{2*}santhi.dewi@stikom-bali.ac.id](mailto:santhi.dewi@stikom-bali.ac.id)

[³andrika@stikom-bali.ac.id](mailto:andrika@stikom-bali.ac.id)

Kata Kunci:

[Kewirausahaan,
Marketplace,
Ekonomi
Digital]

Abstrak: IbuyStore merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan asesorin handphone. Dalam kegiatannya IbutStore belum melakukan promosi secara luas, sehingga omzet penjualan menurun. Adanya *marketplace* dirasa paling cocok untuk pemasaran dimasa sekarang di era globalisasi teknologi yang berkembang sangat pesat. Tujuan dari kegiatan ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan strategi pemasaran dengan memanfaatkan *marketplace* Shopee. Selain itu juga dapat meningkatkan penjualan produk. Metode dalam kegiatan ini dilakukan dengan sharing pada pra kegiatan. Metode sosialisai dan pelatihan pada pelaksanaan kegiatan, serta melakukan monitoring dan evaluasi dalam kegiatan ini. Hasil akhir pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemanfaatan teknologi semaksimal mungkin sehingga dapat membantu mengembangkan ibuyStore dan dapat bersaing secara global dengan para pelaku usaha lain. Selain itu, dapat memanfaatkan *marketplace* sehingga dapat menjangkau pasar serta menarik konsumen secara lebih luas.

Published by:



Copyright © 2024 The Author(s)

This article is licensed under CC BY 4.0 License



Pendahuluan

Kualitas sumber daya manusia memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi. Dalam pembangunan ekonomi ini diperlukannya sumber daya manusia untuk memperkuat kompetensi yang dimilikinya, salah satunya perkembangan teknologi. Marketplace adalah form online yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk bertransaksi jual – beli barang dan jasa. Marketplace merupakan salah satu model dari e-commerce. Marketplace menyediakan berbagai fitur untuk memudahkan transaksi seperti Pencarian, Pembayaran, pengiriman, Asuransi, Integrasi pembayaran, verifikasi toko.

Ibuystore merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan asesorin handphone. Dalam kegiatan penjualan maupun promosi handphone dan asesoris ibuystore belum banyak dikenal masyarakat luas dikarenakan belum adanya sarana promosi lebih luas untuk untuk menjangkau pelanggan dari luar daerah karena selama ini pelanggan dari luar daerah karena selama ini pelanggan yang datang adalah penduduk yang berada disekitar wilayah setempat.

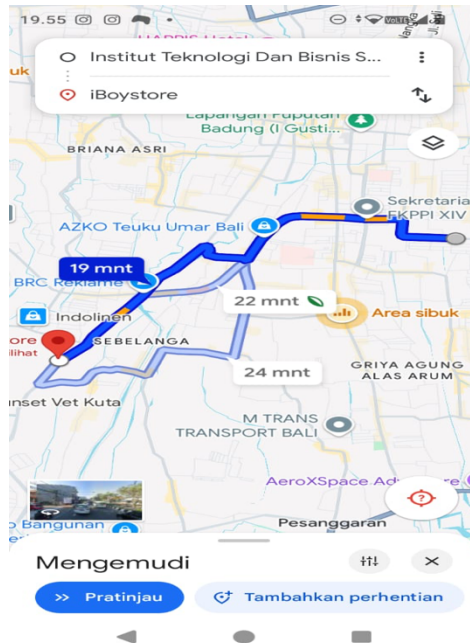
Strategi pemasaran yang paling cocok untuk di era saat ini dimana perkembangan teknologi perkembangannya sangat pesat adalah pemasaran berbasis online, seperti marketplace (Prayoga & Nurdian, 2020). Marketplace merupakan sebuah platform yang memfasilitasi transaksis bisnis online seperti jual beli barang, jasa atau informasi secara online antara penjual dan pembeli dan penjual, dan lainnya (Yustiani & Yunanto, 2017). Penggunaan marketplace sebagai sarana pemasaran online memiliki beberapa keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak terdapat biaya operasional, tidak memerlukan promosi karena platform marketplace terdapat strategi promosi tersendiri, tidak membutuhkan biaya sewa, pengguna hanya perlu mendaftarkan toko onlinenya untuk penjualan, emingkatkan pelayanan an promo. Dan sebagainya (Pratomo et al., 2018).

Tujuan dari kegiatan pemanfaatan marketplace sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan usaha ponsel ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dalam startegi pemasaran dengan memanfaatkan marketplace Shopee. Selain itu juga dapat menstabilkan penjualan produk tersebut, sehingga diharapkan omet penjualan produk (Hapsoro et al, 2019).

Metode Pelaksanaan

Metode Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode seminar konsep kewirausahaan yaitu *sharing session*. Untuk tema pengabdian ini dengan tema Pemanfaatan *Marketplace* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan usaha ponsel dan asesoris handphone. Kegiatan pelatihan pemanfaatan *marketplace* ini dilaksanakan dengan menggunakan metode sosialisasi dan pelatihan. monitoring kegiatan dan evaluasi dilaksanakan setelah pelatihan selesai, dengan memberikan pertanyaan berupa wawancara. pada sesi monitoring ini peserta diminta untuk menyampaikan Kembali apabila terdapat kesulitan pada pemanfaatan dan pendaftaran pengelolaan akun Shopee yang telah dibuat saat pelatihan guna mengukur pemahaman peserta.

Berikut ini adalah Lokasi pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di IbuyStore yang berada di lingkungan Kecamatan Denpasar Barat, Provinsi Bali dari Kampus STIKOM di Bali.



Gambar 1. Denah Lokasi *IbuyStore*

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berjudul “Pelatihan Kewirausahaan Pemanfaatan *Marketplace* Sebagai Strategi pemasaran Penjualan Usaha Ponsel Pada IbuyStore” Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan ini antara lain:

1. Tahap Persiapan. Pada tahap persiapan, terdiri dari perencanaan dan perancangan yang terdiri dari analisis situasi dan permasalahan melalui observasi, analisis permasalahan dalam bentuk pertanyaan, studi literatur untuk menentukan solusi dan alur kegiatan pengabdian yang dituangkan ke dalam proposal kegiatan pengabdian (Novitasari et al., 2021).
2. Tahapan perencanaan juga mencakup ke dalam persiapan dokumen-dokumen penunjang kegiatan seperti materi, rundown acara, formulir kehadiran, serta keperluan logistik. Pelatihan ini melibatkan kolaborasi tiga dosen yang memiliki keahlian Komputer, kewirausahaan dan matematika. Adapun kegiatan ini juga melibatkan tim mahasiswa dari program studi Sistem Informasi Kampus STIKOM Bali.
3. Tahap Pelaksanaan. Kegiatan ini diselenggarakan dalam dua pertemuan. Pertemuan pertama pada Jumat, 23 Agustus 2024. Peserta yang hadir sebanyak 5 orang yang terdiri dari karyawan dan owner IbuyStore, Pertemuan kedua pada Jumat, 11 Oktober 2024 berisi agenda serah terima alat, pelatihan membuat media dari bahan marketplace yang akan diimplementasikan di IbuyStore.
4. Tahap Demonstrasi. Pada saat demonstrasi, para peserta dapat melihat, mempelajari dan mempraktekan bagaimana produk sebagai bentuk kewirausahaan bagi toko tersebut.

5. Tahap Evaluasi. Evaluasi sebagai alat untuk menjangkir kepuasan peserta pengabdian.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada IbuyStore dilaksanakan dalam dua kali pertemuan yaitu pada 23 Agustus 2024 dan 11 Oktober 2024. Kegiatan ini berhasil dihadiri peserta sebanyak 5 orang mulai dari owner dan karyawan. Pada pertemuan pertama program pelatihan ini terbagi dua sesi yaitu edukasi kewirausahaan oleh narasumber Komang Hari Shanti, S.Pd., M. Pd. yang merupakan dosen kampus STIKOM Bali di Denpasar dan sesi selanjutnya adalah tutorial sekaligus launching Instagram @ibuystore dan toko shopee yang dipandu oleh I Gusti Ayu Sri Melati, S. Kom., M.T selaku Dosen Sistem Komputer di kampus STIKOM Bali.

Sedangkan pada pertemuan kedua pada Jumat, 11 Oktober 2024 berisi agenda serah terima pelatihan membuat media dari media social maupun akun shopee shop. Pada kegiatan pelaksanaan pelatihan ini dilakukan berdasarkan analisa hasil pelaksanaan pengabdian apabila mengacu pada perencanaan dimulai dari analisa hasil observasi agar tepat sasaran berdasarkan permasalahan kebutuhan di IbuyStore Ketika pelaksanaan pelatihan harus disesuaikan dengan rundown proposal dan koordinasi dengan mitra sehingga dapat ditentukan waktu dan teknisnya. Dalam hal ini pelaksanaan pelatihan terbagi menjadi 2 kali yaitu pada 23 Agustus 2024 dan 11 Oktober 2024.

IbuyStore biasanya dalam memasarkan produknya dengan cara dijual langsung di IbuyStore atau mempromosikan melalui media social *Whatsapp*. Akan tetapi hal ini kurang optimal, dikarenakan yang melihat promosi tersebut hanya orang-orang yang ada dalam kontak si pemilik, sehingga proses pemasaran tidak berjalan dengan optimal. Maka dari itu dilaksakannya kegiatan pelatihan mengenai pemanfaatan *marketplace* sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan usaha ponsel.

Kegiatan ini diawali dengan *sharing session* kepada IbuyStore yang berguna untuk mengetahui kebutuhan dan target bisnis IbuyStore di masa sekarang ini. proses *sharing* Bersama IbuyStore dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. *Sharing Session*

Setelah didapatkan hasil dari wawancara, maka kegiatan selanjutnya adalah kegiatan perencanaan. Kegiatan perencanaan terdiri tiga tahapan yaitu menyusun materi sebagai bahan materi serta mempersiapkan akun penjualan yang akan digunakan sebagai media pembelajaran. Setelah dilakukan berbagai persiapan, kegiatan selanjutnya adalah kegiatan pelaksanaan, dimana pada kegiatan inilah semua yang telah disiapkan kami laksanakan.

Kegiatan ini diawali dengan pembukaan oleh Irham Ponsel dan Ketua Tim Pengabdian kepada Masyarakat. Setelahnya dilakukan wawancara mengenai usaha ponsel dengan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman atau analisis SWOT. Setelah melakukan wawancara sebagai bagian dari analisa tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat langsung memaparkan materi yang telah disiapkan sebelumnya, pemaparan materi dilakukan dengan menjelaskan secara langsung yang berisi tentang materi marketplace dan tata cara menggunakan Shopee yang dapat dilihat pada Gambar 3.

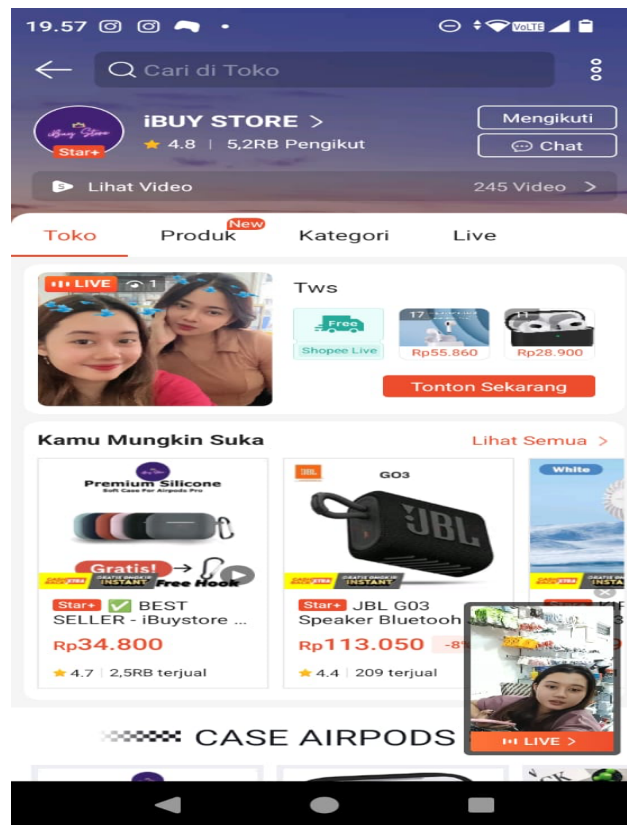


Gambar 3. Pemaparan Materi

Selanjutnya, kami menjelaskan mengenai cara pembuatan salah satu aplikasi marketplace yaitu pembuatan akun penjualan di Shopee dengan tujuan agar peserta pelatihan dapat melakukan penjualan usaha ponsel menggunakan akun tersebut. Pada pembuatan akun Shopee, kami mengajak peserta untuk ikut serta dalam membuat akun dan mencoba berbagai fitur-fitur yang mendukung untuk meningkatkan penjualan. Berikut ini adalah contoh akun dari salah satu peserta yang mengikuti pelatihan dapat dilihat pada gambar 4. Sedangkan tampilan akunnya dapat dilihat pada gambar 5



Gambar 4. Pembuatan Akun Shopee



Gambar 5. Akun Shopee IbuyStore

Pengenalan marketplace Shopee kepada IbuyStore memiliki tantangan tersendiri. Akan tetapi dengan dilakukan diskusi mengenai strategi pemasaran berbasis marketplace, maka dapat dipahami dengan mudah dan digunakan oleh pelaku usaha IbuyStore

Setelah mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat ini, diharapkan para pelaku usaha di IbuyStore mampu:

1. Memanfaatkan teknologi informasi semaksimal mungkin sehingga dapat membantu pengembangan usahanya dan dapat bersaing secara global dengan para pelaku usaha lain.
2. Secara aktif memnafaatkan markelplace sehingga dapat menjangkau pasar serta menarik konsumen secara lebih luas.

Kesimpulan

Kegiatan workshop ini telah diselenggarakan selama dua hari di IbuyStore. Dilatarbelakangi oleh keterbatasan pengetahuan teknologi dan ketergantungan media sosial. Harapannya melalui workshop kewirausahaan sebagai upaya edukasi pengetahuan teknologi media sosial di IbuyStote dapat berdampak pada tercapainya peningkatan omzet dan lebih bisa dikenal oleh jangkauan yang luas. Pelatihan ini akan terus dilanjutkan sebagai bentuk pendampingan setelah pelatihan guna memantau, mengevaluasi dan menindaklanjuti restock produk.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini terselenggara kolaborasi program pengabdian ini terjalin antara ITB STIKOM Bali dengan mitra IbuyStore.

Referensi

- Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127– 132. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3246>
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 117– 120. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17880>
- Prayogo, F., & Nurdian, Y. (2020). Resureksi Bawang Goreng Produk Unggulan Sumberdadap Tulun- gagung di Tengah Pandemi. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 145–149. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.8278>
- Sugiarti, Yenny., U. S. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, 298–309.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Ilmiah Komputer. *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (KOMPUTA)*, 6(2), 43–48.