

PERLUASAN PEMASARAN PRODUK DENGAN PEMANFAATAN PLATFORM E-COMMERCE MELALUI MARKETPLACE PADA USAHA MASYARAKAT KECAMATAN SINGINGI

Nobel Aqualdo¹, Cut Endang Kurniasih^{2*}, Rahmita Budiartiningih³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Riau, Indonesia

nobel.aqualdo@lecturer.unri.ac.id¹, cutendang@lecturer.unri.ac.id², rahmita.b@lecturer.unri.ac.id³

ABSTRAK

Abstrak: Permasalahan yang dialami mitra umumnya penjualan produk masih menggunakan cara konvensional, rendahnya partisipasi dan kompetensi terhadap penggunaan *platform e-commerce* di *marketplace online*. Pada pengabdian ini memberikan pelatihan dan praktik tentang mekanisme penjualan produk menggunakan *platform e-commerce* melalui *marketplace* yakni Shopee. Metode penerapan yang digunakan adalah ceramah, demonstrasi/praktik, dan diskusi. Pada pelaksanaan kegiatan ini diikuti oleh 7 orang yang merupakan pengrajin batik. Dari kegiatan ini tim berhasil meningkatkan keterampilan peserta dengan bisa membuat toko *online* "Goluak Loge" dan menampilkan produk batiknya di *platform e-commerce* Shopee. Dilihat nilai rata-rata, sebelum pengabdian semua peserta memiliki pemahaman sebesar 64% dan bertambah menjadi 87% setelah adanya pengabdian. Dengan meningkatnya jumlah peserta yang mampu memasarkan produk menggunakan *platform* Shopee diharapkan semakin banyak usaha masyarakat desa yang *go digital*.

Kata Kunci: Platform E-commerce; Marketplace; Usaha Perdesaan.

Abstract: *The problems experienced by partners are generally used conventional methods in selling products, low participation and competence in using e-commerce platforms in online marketplaces. This service provides training and practice on product sales mechanisms using the e-commerce platform through the marketplace, namely Shopee. The application method used is lecture, demonstration, and discussion. In the implementation of this activity was conducted to 7 batik craftswomen. From this activity the team succeeded in improving the skills of the participants by being able to create an online store "Goluak Loge" and display their batik products on the Shopee e-commerce platform. Looking at the mean value, participants included in the training also seem to have gained knowledge of digital marketing. Before the training, their understanding is 64% and then increased to 87% after the training. An increasing number of people are now using the e-commerce platforms to offer the product and services, it is expected that more rural businesses will go digital.*

Keywords: *Platform E-commerce; Marketplace; Rural Business.*



Article History:

Received: 14-01-2024

Revised : 23-02-2024

Accepted: 24-02-2024

Online : 01-04-2024



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Tujuan pembangunan yang berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDG*) menjadi hal yang penting di suatu negara, karena dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja yang substansial dan pengembangan bisnis dan masyarakat yang berkelanjutan (Aniqoh, 2020). Namun dengan adanya perbedaan kondisi dan kemampuan dimiliki negara menimbulkan kesenjangan yang signifikan dalam mencapai tujuan-tujuan tersebut, terutama di negara berkembang. Annunziata (2016) menyebutkan ekonomi digital dapat berkontribusi untuk menutup kesenjangan pencapaian SDG dalam tiga cara: penyebaran teknologi yang sangat cepat mendorong peningkatan akses dan peluang partisipasi seseorang, memperoleh produk dengan harga yang lebih murah karena pengurangan biaya, dan teknologi memungkinkan lahirnya model bisnis baru yang meningkatkan inovasi dan pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor.

Teknologi digital dapat dimanfaatkan secara luas, terutama dalam sektor ekonomi dalam kewirausahaan digital. Istilah kewirausahaan digital merupakan proses menciptakan bisnis, produk, atau layanan baru yang didukung Internet. Definisi ini mencakup baik perusahaan rintisan (*start up*) yang menjual produk atau layanan digital ke pasar tetapi juga transformasi digital dari aktivitas bisnis yang ada di dalam perusahaan atau sektor publik (Welsun, 2016). Kendala utama dalam berwirausaha khususnya bagi pemula adalah terkait ruang dan waktu, keterbatasan modal, kurangnya jaringan, dan keterbatasan mobilitas dalam pemasaran (Muafi et al., 2021).

Masalah tersebut sangat dirasakan oleh masyarakat di Kecamatan Singingi yang berprofesi sebagai pembuat batik khas Kuansing. Di Kecamatan Singingi telah ada 3 kelompok usaha pembuatan batik berbasis *home industry*. Setiap kelompok batik memiliki corak motif yang mencerminkan khas daerahnya masing-masing. Batik Goluak Loge merupakan salah satu rumah batik yang terletak di Desa Logas Kecamatan Singingi. Permintaan Batik Goluak Loge saat ini belum terlalu ramai dibanding batik lain karena produk ini terbilang usaha baru dari masyarakat yang mayoritas mendulang emas. Sistem produksi dan penjualan masih dilakukan secara tradisional dengan mempromosikan dari mulut ke mulut, dan menitipkan produk di beberapa toko tertentu. Hal ini menyebabkan area pemasaran produk masih sebatas di Desa Logas dan sekitar Kecamatan Singingi. Padahal produk batik Goluak Loge sangat potensial untuk dikembangkan menjadi ciri khas masyarakat setempat.

Hal ini konsisten dengan hasil pengabdian sebelumnya yang dilakukan oleh tim di Desa Logas dimana masih banyak masyarakat yang belum mengadopsi teknologi informasi pada usahanya, termasuk dalam hal pembayaran masih bersifat tradisional dan belum banyak mengetahui sistem pembayaran menggunakan *financial technology* (Aqualdo et al., 2023). Pada pengabdian lainnya, masyarakat sudah diberikan pengetahuan mengenai *e-commerce* dan teknik penjualan usaha secara *online*, mereka

mengatakan mulai tertarik untuk berwirausaha berbasis digital (*online*) setelah dilakukannya pengabdian (Kurniasih et al., 2022). Namun karena keterbatasan waktu, masyarakat belum mendapatkan pelatihan mendalam mekanisme penjualan produk menggunakan *platform e-commerce*. Oleh karena itu, pengabdian ini merupakan keberlanjutan dari pengabdian sebelumnya yang dilakukan oleh tim.

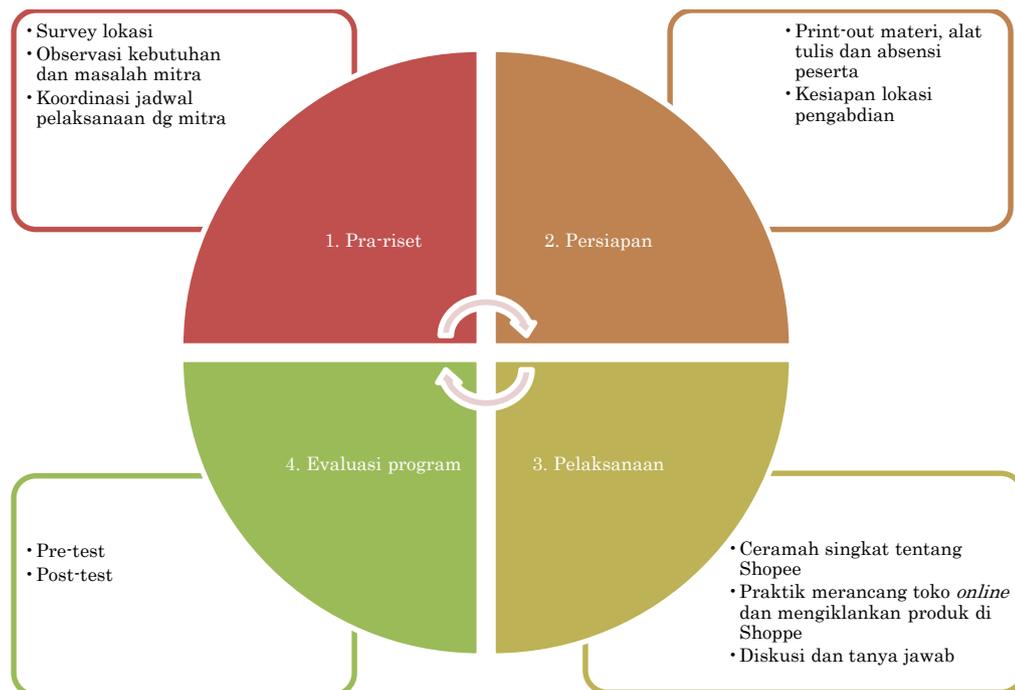
Perdagangan elektronik yang diistilahkan dengan *e-commerce* adalah konsep yang muncul untuk menggambarkan proses pembelian dan penjualan atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet (Khan, 2016). Dalam penggunaan aplikasi penjualan *online* yang sedikit berbeda dengan penjualan secara manual, tentunya pelaku usaha perlu diberikan pelatihan dalam menggunakan fitur-fitur yang ada di *platform e-commerce*, cara mengiklankan produk, dan sebagainya. Sehingga pelaku usaha yang mendapatkan pelatihan ini dapat secara mandiri menggunakan *e-commerce* dalam memasarkan produknya secara digital.

Adapun salah satu *platform e-commerce* yang akan digunakan pada pengabdian ini adalah Shopee, hal ini mengingat *platform* paling banyak penggunaannya di Asia Tenggara dan Indonesia (Suliana, 2022). Shopee memberikan layanan *marketplace* dan *shopping experience* yang sangat baik kepada pembeli dan penjual. Selain itu, banyak sekali keunggulan yang disediakan oleh Shopee seperti fitur COD (*Cash on Delivery*), beragam fasilitas pembayaran, promo gratis ongkir, hingga adanya sistem *dropship* yang memberikan peluang untuk berwirausaha dengan modal minim. Beberapa pengabdian yang dilakukan oleh Anisah (2021); Normawati et al. (2020); Vahlia et al. (2021); Wahidin et al. (2021); Yuningsih et al. (2021) membuktikan bahwa penggunaan aplikasi Shopee dapat menarik perhatian produsen lainnya serta meningkatkan popularitas produk dan penjualan.

Menyadari keterbatasan dan kondisi mitra, maka kegiatan pengabdian “Perluasan Pemasaran Produk Dengan Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Pada Usaha Masyarakat Kecamatan Singingi” dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengrajin batik dalam penjualan *online* melalui *marketplace* Shopee. Dengan meningkatnya jumlah peserta yang mampu memasarkan produk menggunakan *platform* Shopee, sehingga diharapkan semakin banyak usaha yang *go digital* dan produk-produk dari Desa Logas Kecamatan Singingi dapat dikenal luas sehingga menambah penghasilan masyarakat.

B. METODE PELAKSANAAN

Sasaran peserta dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pengrajin batik sebanyak 7 orang yang belum mempunyai *marketplace online* untuk usaha Goluak Loge namun siap untuk *go digital*. Peserta disarankan untuk membawa perangkat seluler Android dan paket data yang cukup selama mengikuti pelatihan. Praktik penggunaan *platform e-commerce* ini menggunakan tiga macam metode yaitu ceramah, diskusi/tanya jawab dan demonstrasi/praktik. Adapun penjelasan tahapan kegiatan yang dilakukan dalam bentuk pelatihan ini, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Logas

Instrumen penilaian yang digunakan dalam kuesioner evaluasi pengabdian adalah menggunakan metode skala likert. Menurut Sugiyono (2013) teknik skala likert yaitu teknik pengukuran yang digunakan untuk dapat mengukur penilaian untuk fenomena sosial terhadap sikap, pendapat dan persepsi yang diberikan baik yang dilakukan oleh individu perorangan maupun kelompok. Penilaian dinotasikan dalam bentuk interval dari angka 1 hingga 5 untuk setiap pilihan jawaban. Penentuan bobot skala likert dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Penilaian Evaluasi

Bobot	Kriteria
1	Tidak baik sekali
2	Kurang baik
3	Cukup baik
4	Baik
5	Sangat baik

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelatihan Penggunaan *Platform E-commerce*

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan tujuan untuk penyelesaian masalah pada aspek keterampilan melalui penerapan teknologi tepat guna berwujud sebuah media untuk pemasaran dan transaksi jual beli produk. Solusi untuk permasalahan aspek pemasaran adalah perluasan jangkauan pasar secara *offline* pada toko dan minimarket sekitar, serta pemanfaatan teknologi informasi pemasaran melalui aplikasi *marketplace* (Julian et al., 2021). Tahapan awal yaitu tim melakukan pelatihan. Untuk pelaksanaan pengabdian dalam bentuk ceramah dan praktik/tutorial dilakukan di ruangan Kantor Desa Logas. Pada kesempatan ini dibuka dengan pemaparan dari ketua dan tim pelaksana yang menjelaskan maksud dan tujuan diadakannya pelatihan ini. Pada tahun lalu, tim telah memperkenalkan kiat-kiat sukses penjualan online dan melalui kegiatan ini, tim berkomitmen untuk terus melakukan pengabdian-pengabdian selanjutnya sebagai bentuk konsistensi tri dharma perguruan tinggi, yang diharapkan dapat berkontribusi dalam peningkatan pemberdayaan masyarakat perdesaan di era digital.

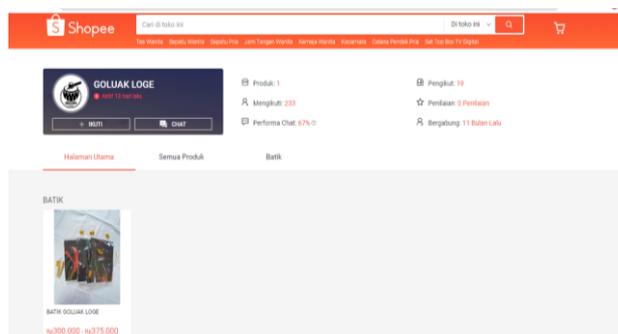
Dari hasil observasi awal diketahui bahwa sebagian besar peserta telah menggunakan *platform e-commerce* sebesar 71,4%. *Marketplace* yang paling banyak digunakan yaitu Shopee dan TiktokShop. Akan tetapi pemanfaatan *platform e-commerce* di kalangan pengrajin tersebut belum digunakan untuk melakukan promosi produk. Ini artinya mereka hanya menjadi pembeli dari *platform e-commerce* yang mereka gunakan.

Untuk itu pada pelatihan ini, pengrajin diajarkan cara memasarkan hasil produksinya secara digital melalui *platform e-commerce*. Sehingga mereka diharapkan tidak hanya bisa membuat batik, namun juga mempunyai *skill* pemasaran dan penjualan produk. Pemaparan materi disampaikan oleh narasumber yaitu Dianti yang merupakan seorang mahasiswa yang aktif berjualan di *platform* Shopee. Pemateri menjelaskan Shopee sebagai salah satu *platform e-commerce* yang mudah digunakan oleh *seller* pemula untuk berjualan *online* dan banyak sekali fitur-fitur yang disediakan oleh Shopee. Dalam materi tersebut diajarkan juga bagaimana memasang aplikasi Shopee, membuat akun Shopee untuk *seller*, cara menampilkan produk jualan di *marketplace* dilengkapi dengan foto dan deskripsi produk serta cara penggunaan fitur dompet digital Shopeepay untuk penarikan penghasilan yang didapat dari penjualan di Shopee.

Setelah mendapatkan materi tentang cara menggunakan Shopee, peserta diminta mempraktikkan langsung dan diskusi penggunaan Shopee pada *handphonenya* masing-masing dengan mengiklankan produk batik buatannya. Gambar 2 menampilkan suasana pelatihan dan praktik pembuatan akun *e-commerce* yang dilakukan peserta dan dibimbing oleh tim dosen pengabdian. Sementara itu, hasil kerja peserta yang telah berhasil membuat toko *online* pada Shopee dan *posting* produk batik Goluak Loge dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 2. Suasana Pelatihan dan Praktik Pembuatan Akun *E-commerce*



Gambar 3. Marketplace Goluak Loge

Dalam pelatihan ini terdapat pre-test dan post-test yang dinilai menggunakan metode skala likert. Sebelum melakukan pelatihan, peserta diberikan pertanyaan awal berkenaan pemanfaatan platform e-commerce dan pre-test mengukur sejauh mana kemampuan yang dimiliki peserta dalam menggunakan *platform e-commerce*. Sebaliknya, post-test berisikan tentang kemampuan responden setelah menerima materi pelatihan dan tingkat kepuasan terhadap pelaksanaan pengabdian.

Dari kegiatan pengabdian yang dilakukan terlihat terdapat perbedaan dampak yang signifikan diperoleh para peserta antara sebelum dan setelah mengikuti pengabdian. Pada jawaban *pre-test* peserta sebelum pengabdian, masih ada yang memberikan jawaban kurang dari skor 3 yang artinya “Cukup Baik” hingga “Tidak Baik Sekali”, terutama untuk item pertanyaan cara memposting produk di Shopee dan fitur Shopee. Namun setelah dilakukannya pengabdian, para peserta umumnya memberikan jawaban dengan skor 4 “Baik” dan 5 “Sangat Baik” untuk semua item pertanyaan. Misalnya terkait cara memposting produk telah dapat dipahami dengan sangat baik oleh peserta sebanyak 57% dari yang sebelumnya mereka belum mengetahui sama sekali. Dengan demikian, secara keseluruhan peserta sudah memahami penggunaan *platform e-commerce* dengan sangat baik.

Tabel 2. Persentase Skor *Pre-test* dan *Post-test* Responden

Peserta ke-	Pre Test	Post Test
1	71%	100%

2	40%	77%
3	63%	77%
4	66%	91%
5	60%	91%
6	74%	86%
7	71%	86%
Rata-rata	64%	87%

Sumber: Data primer, diolah (2022).

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa dari 7 (tujuh) peserta, terdapat 1 (satu) orang yang mampu mencapai skor maksimal dengan persentase 100% pada saat *post-test*. Ini artinya seluruh materi dan praktik yang diberikan dapat dipahami dengan jelas. Begitu juga dengan peserta lain mengalami peningkatan keterampilan dan pemahaman setelah dilakukan pelatihan, dimana skor *pre-test* dan *posttest* semua peserta meningkat berkisar 77% hingga 91%. Untuk nilai rata-rata sebelum pengabdian, semua peserta memiliki pemahaman sebesar 64% dan meningkat menjadi 87% setelah adanya pengabdian. Hasil ini menyiratkan bahwa kegiatan pengabdian kali ini telah memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin batik di Desa Logas dalam menggunakan *platform e-commerce* untuk penjualan dan pemasaran produk.

2. Kendala Yang Dihadapi

Dari proses pelatihan ini, tim dihadapkan pada kendala yaitu belum adanya pihak mitra yang bertugas sebagai admin untuk mengelola toko *online* di Shopee dan belum adanya kepastian jumlah produk yang tersedia dikarenakan produksi batik masih dilakukan dengan sederhana. Melihat permasalahan tersebut, tim pengabdian memberikan saran kepada pengrajin bisa menggunakan sistem *pre-order* pada fitur Shopee dan menyarankan mereka segera menetapkan beberapa orang untuk menangani pesanan yang masuk dan melayani pelanggan di *marketplace online*. Hal ini penting dilakukan demi kelancaran usaha *online* dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi masyarakat Kecamatan Singingi khususnya pengrajin batik Goluak Loge Desa Logas telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Dari kegiatan ini tim pengabdian berhasil meningkatkan kemampuan peserta untuk mengiklankan produk batiknya secara *online* di *marketplace*, hal ini ditunjukkan dari keterampilan peserta yang bisa membuat toko *online* dengan nama “Goluak Loge” dan menampilkan produk batiknya di *platform e-commerce* Shopee. Dilihat nilai rata-rata, sebelum pengabdian semua peserta memiliki pemahaman sebesar 64% dan bertambah menjadi 87% setelah adanya pengabdian.

Adapun saran yang dapat diberikan untuk pengabdian yang telah dilakukan yaitu: (1) Mengingat toko *online* batik Goluak Loge sudah dibuat, maka penggunaannya harus optimal. Untuk itu diperlukan keseriusan bagi pengelola dalam mengatur bisnis *online*, karena perfoma toko *online* harus senantiasa dijaga kualitas penjualannya sehingga dipercaya dan semakin banyak menarik konsumen; (2) Hasil dari PkM ini dapat menjadi pertimbangan untuk melakukan pengabdian selanjutnya yang berkesinambungan berupa pelatihan penjualan produk menggunakan *platform* lainnya seperti TiktokShop yang sering digunakan oleh peserta atau pelatihan design toko online agar lebih menarik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Aniqoh, N. A. F. A. (2020). The Role of Digital Economy to Enhancing Sustainable Economic Development. *International Journal of Social Science and Business*, 4(4), 520–528. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i4.28881>
- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v1i1.256>
- Annunziata, M. (2016). How Digital Industry Can Solve the Sustainable Development Goals. Retrieved January 28, 2022, from <https://marcoannunziata.medium.com/how-digital-industry-can-solve-the-sustainable-development-goals-5ac70f4298a7>
- Aqualdo, N., Kurniasih, C. E., & Zuryani, H. (2023). Analisis Tingkat Literasi Dan Minat Masyarakat Desa Logas Dalam Penggunaan Financial Technology (Fintech). *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37932/j.e.v13i1.504>
- Julian, E. S., Prawiroedjo, K., Narindro, L., Tjahjadi, G., & Erlangga, F. (2021). Pelatihan Aplikasi Marketplace Berbasis Mobile Untuk Kader Pkk Kecamatan Gambir. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(2), 405–414. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i2.12735>
- Khan, A. G. (2016). Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy. *Global Journal of Management and Business Research : Economics and Commerce*, 16(B1), 19–22.
- Kurniasih, C. E., Aqualdo, N., & Zuryani, H. (2022). Kiat Sukses Memulai Penjualan Online Bagi Masyarakat Desa Logas. *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 6(2), 1507-1517. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7365>
- Muafi, M., Syafri, W., Prabowo, H., & Nur, S. A. (2021). *Digital Entrepreneurship in Indonesia : A Human Capital Perspective*. 3(3), 351–359. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0351>
- Normawati, R. A., Wardani, S. I., & Widayani, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Sarana Komersialisasi Produk Kampung Batik Kembang Turi Blitar. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 253–261. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i2.4157>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R.D.* Bandung:

Alfabeta.

- Suliana. (2022). Bangga! Walau Bukan Pilihan Utama, Marketplace Indonesia Rajai Pasar E-commerce Asia Tenggara. Retrieved from Koran Jakarta.com website: <https://koran-jakarta.com/bangga-walau-bukan-pilihan-utama-marketplace-indonesia-rajai-pasar-e-commerce-asia-tenggara?page=all>
- Vahlia, I., Puri, L. M., & Asih, T. (2021). Optimalisasi Pemanfaatan E-commerce Sebagai Media Pemasaran Pada Kelompok Dasawisma Jeruk. *SNPPM-3 (Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat) Tahun 2021*, *3*(2019), 171–178.
- Wahidin, A. J., Pattiasina, T., Akbar, D. D., & Budiyono, P. (2021). Pelatihan E-Commerce dan Membuat Toko Online Pada Asrama Yatim dan Dhuafa Al Alif 165. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional*, *1*(1), 38–45. <https://doi.org/10.22441/pemasnas.v1i1.13746>
- Welsum, D. van. (2016). *Enabling Digital Entrepreneurs*. Washington DC.
- Yuningsih, A., Firmansyah, I., & Balqis, W. N. (2021). Penggunaan Aplikasi Shopee dan Facebook dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Borondong Manis di Desa Laksana. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, *63*(Desember), 17–25. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.