



PELATIHAN PEMASARAN PRODUK LOKAL SECARA ONLINE KEPADA MASYARAKAT DESA ABURAN BATANG TEBO KECAMATAN TEBO TENGAH

Renda Iestari¹, Yogi Irdes Putra², Muhammad Hakiki,³
Prodi Pendidikan Bahasa Inggris¹, Prodi Pendidikan Teknologi Informasi^{2,3},
STKIP Muhammadiyah Muara Bungo
Email: rendalestari95@gmail.com¹, yogiip28@gmail.com², qiqi.lubis7@gmail.com³

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat saat ini adalah belum bisa memanfaatkan internet sebagai sarana promosi produk lokal khususnya media sosial. Masyarakat Indonesia khususnya desa Aburan Batang Tebo masih menggunakan metode lama atau *offline* serta kurangnya keingintahuan mereka untuk mencari informasi dan cenderung pasrah dengan keadaan. Selain itu, kemasan produk makanan atau kerajinan tangan di desa tersebut kurang menarik dan kurang memiliki nilai jual. Tujuan dari kegiatan pelatihan dan pendampingan pemasaran secara online ini adalah untuk meningkatkan penjualan produk lokal melalui pemasaran online. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dalam bentuk pelatihan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial dan *marketplace*. Kegiatan ini dilaksanakan di desa Aburan Batang Tebo, kecamatan Tebo Tengah Kabupaten Tebo. Sasarannya adalah masyarakat desa Aburan yang berasal dari seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan gender atau usia. Materi yang kami sampaikan meliputi pemasaran produk lokal secara online melalui media sosial dan juga memanfaatkan *marketplace* sebagai salah satu media promosi serta pendampingan design produk. Kegiatan ini dilaksanakan selama 2 hari dengan jumlah peserta sebanyak 45 orang. Metode yang digunakan adalah ceramah dan pembagian materi dalam bentuk *hardcopy*. Gadget dan wifi adalah media yang digunakan dalam menunjang pelaksanaan kegiatan ini. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya keterampilan dan pengetahuan peserta serta mereka dapat membuat dan memanfaatkan seluruh akun social media untuk mempromosikan produk serta membuat akun di *marketplace* yang telah mereka tentukan dan juga para peserta bisa mendesign kemasan produk sesuai dengan keinginan mereka tentu saja dengan design yang menarik dan memiliki nilai jual.

Kata Kunci:

Pelatihan; penjualan online; sosial media; marketplace

ABSTRACT

The problem faced by the public at this time is that they have not been able to use the internet as a means of promoting local products, especially social media. Indonesian people especially the Aburan Batang Tebo village still use the old or offline method and their lack of curiosity to find information and tend to surrender to the situation. In addition, the packaging of food or handicraft products in the village is less attractive and lacks sale value. The purpose of this online marketing training and mentoring activity is to increase sales of local products through online marketing. The implementation of community service is in the form of product marketing training by utilizing social media and the marketplace. This activity was carried out in Aburan Batang Tebo village, Tebo Tengah sub-district, Tebo Regency. The target is Aburan village people who come from all walks of life regardless of gender or age. The material that we deliver covers marketing local products online

Keyword:

Training; online sales; product design; marketplace



through social media and also utilizing the marketplace as one of the promotional media and product design assistance. This activity was carried out for 2 days with 45 participants. The method used is the lecture and the division of material in hardcopy. Gadgets and wifi are the media used to support the implementation of this activity. The result of this activity is an increase in the skills and knowledge of the participants and they can create and utilize all social media accounts to promote products and create accounts in the marketplace that they have specified and also the participants can design product packaging according to their wishes of course with attractive designs and has a sale value.

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia saat ini dihadapkan dengan era globalisasi, era internet. Hampir seluruh lapisan masyarakat dan berbagai kalangan mengenal internet bahkan untuk masyarakat ekonomi rendah sekalipun. Dengan adanya internet dapat membantu hampir semua pekerjaan manusia dan segala informasi dapat dengan mudah diketahui melalui internet. Dalam dunia bisnis, internet sangat berpengaruh dalam menjual produk secara online dan tidak perlu memiliki toko. Memanfaatkan media online untuk memasarkan produk mereka yang telah didesain sedemikian rupa agar menarik minat pembeli.

Menurut laporan Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) dari total populasi penduduk yang mencapai 264,14 juta orang ternyata ada 171,17 juta di antaranya yang terhubung jaringan internet sepanjang 2018. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada pertumbuhan 27,9 juta pengguna internet di 2018. Artinya lebih dari 50% penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Internet bukan sesuatu hal yang baru bagi masyarakat Indonesia. Semua kalangan sudah terbiasa menggunakan internet tidak ada batasan usia dan status sosial. Mulai dari masyarakat perkotaan sampai dengan daerah pedesaan. Salah satunya desa Aburan Batang Tebo di Kecamatan Tebo Tengah Kabupaten Tebo. Masyarakat desa Aburan sudah sangat mengenal internet dan bukan merupakan hal yang baru dari mereka bahkan sebagian dari mereka sudah ada yang menggunakan internet untuk memasarkan produk hasil olahan mereka. Sebagai informasi bahwa masyarakat desa Aburan sangat kreatif dan bisa memanfaatkan apa yang ada di sekitar mereka untuk diolah menjadi makanan ataupun kerajinan tangan yang memiliki nilai jual. Penggunaan internet sebagai media penjualan belum terlalu dimanfaatkan oleh masyarakat desa padahal hampir semua lapisan masyarakat mempunyai gadget. Sebagian besar dari mereka masih menggunakan metode tradisional atau offline. Kendala yang dihadapi oleh mereka adalah minimnya pengetahuan bagaimana cara memanfaatkan internet sebagai media pemasaran secara online.

Berdasarkan hasil survey lapangan tersebut, maka kami melaksanakan pengabdian masyarakat di desa Aburan Batang Tebo untuk membantu mereka agar lebih faham dan memiliki kemampuan untuk berjualan secara online. Tidak hanya metode penjualan saja akan tetapi juga kami juga mengajarkan cara mengemas produk agar menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini masyarakat desa Aburan bisa mengembangkan usaha mereka.

METODE

1. Sasaran

Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat desa Aburan Batang Tebo. Seluruh lapisan masyarakat dapat mengikuti kegiatan ini. Tidak hanya masyarakat yang memiliki usaha tetapi juga masyarakat yang berkeinginan kuat untuk belajar memanfaatkan internet untuk pengembangan usaha. Karena sebagian besar ibu-ibu di desa Aburan Batang Tebo adalah ibu rumah tangga tentu mereka memiliki banyak waktu luang untuk belajar dan nantinya bisa memanfaatkan ilmu yang didapat selama pelatihan.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Sebelum melaksanakan kegiatan, kami merancang rencana kegiatan pelatihan. Hal ini dimaksudkan agar kegiatan bisa berjalan dengan baik dan memberikan hasil maksimal karena



dipersiapkan dengan matang. Tahap pertama adalah identifikasi masalah, kemudian jadwal pelatihan, proses pendaftaran peserta, materi mengenai internet marketing, penjelasan prosedur pelatihan, pelatihan pemasaran secara online terakhir evaluasi.

3. Metode pelaksanaan

Metode yang kami lakukan dalam pelatihan pemasaran produk lokal secara online adalah dengan metode ceramah dan praktek langsung. Adapun ceramah yang kami lakukan adalah memberikan materi pelatihan terkait pemasaran produk secara online dengan rincian sebagai berikut :

- a. Pada hari pertama kami memberikan materi pelatihan penjualan online melalui media sosial.
- b. Pada hari kedua kami memberikan materi pelatihan pengemasan produk agar lebih menarik dan penjualan di market place.

4. Kelayakan Tim Pengusul

Demi terlaksananya kegiatan pelatihan yang akan dilakukan, maka diperlukan tim yang bertanggung jawab, mau belajar, bekerja keras, dan dapat diandalkan dengan baik.

Beberapa keahlian yang dibutuhkan tim pelaksana dalam pelaksanaan pelatihan yang akan dilakukan antara lain:

- a. Mampu mengoperasikan komputer.
- b. Memahami penggunaan sosial media dan web.
- c. Memahami apa itu penjualan online.
- d. Memahami apa saja permasalahan dalam jual beli online.
- e. Memahami bagaimana melakukan penjualan online.
- f. Memahami cara pengemasan produk dan design produk
- g. Setiap anggota tim mampu bekerja sama dengan baik. Seperti apabila ada masalah mampu untuk dikomunikasikan sehingga dapat dicarikan pemecahan masalah bersama.

Adapun untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 18 - 19 agustus 2019. Waktu pelaksanaan dari pukul 09.00-11.30 WIB. Lokasi pelaksanaan pelatihan bertempat di aula balai desa Aburan batang tebo, yang beralamat di kecamatan tebo tengah kabupaten Tebo.

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 dan juga copian ppt. Adapun fasilitas lainnya yang kami berikan adalah sarana hotspot. Kemudian kami menggunakan aula balai desa aburan batang tebo sebagai tempat untuk pelatihan.

Tempat tersebut kami pilih karena ruangan yang cukup luas dan tersedia pula LCD serta microphone. Setelah kegiatan pelatihan dilakukan kami mendapati hasil yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pelatihan pertama dilakukan pada hari Minggu, 18 agustus 2019. Jumlah peserta yang hadir berjumlah 20 orang. Materi pelatihan yang diberikan adalah penjualan online melalui media sosial. Materi ini dipilih karena menurut trend saat ini media social merupakan salah satu yang sangat digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Menurut penelitian yang dilakukan We Are Social, rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu selama tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari laporan berjudul *Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World* yang diterbitkan 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen (Pertiwi, 2018). Hasilnya adalah masyarakat diberi bekal pengetahuan diantaranya apa itu penjualan online, bagaimana cara melakukan penjualan online, dan cara memanfaatkan media social sebagai penjualan online. Media sosial yang digunakan seperti facebook, instagram, dan whatsapp. Sebagian masyarakat sudah memiliki akun pada media sosial tersebut. Sehingga kami



langsung mempraktikkan untuk pelatihan penjualan online dengan akun media sosial yang sudah dimiliki masing-masing peserta.

2. Pelatihan kedua dilakukan pada hari Minggu, 19 agustus 2019. Jumlah peserta yang hadir berkurang menjadi setengahnya sehingga hanya berjumlah 25 orang. Untuk pelatihan hari kedua kami memberikan materi mengenai penjualan online melalui marketplace. Marketplace merupakan suatu wadah atau website sebagai tempat berkumpulnya ribuan penjual dan berbagai macam produk yang ditawarkan. Siapapun dapat berjualan di marketplace dan biasanya tidak dipungut biaya apapun. Penjual hanya butuh untuk menyiapkan produk katalog yang nantinya akan dipasarkan secara online. Di Indonesia sendiri jumlah marketplace sudah merebak. Ditambah dengan persaingan yang sangat ketat di antara para penjual. Ada beberapa hal yang perlu dilakukan dalam memilih marketplace (Nathasya, 2018).

a. Mengetahui background dan Reputasi *Marketplace*

cara pertama dalam memilih situs marketplace yang tepat adalah dengan mengetahui latar belakang dan reputasi daripada marketplace tersebut. Untuk mengetahui latar belakang dan reputasi marketplace dapat diketahui dari sejarah berdirinya, sistem kerja, dan pengalaman dari para pengguna yang telah memakai situs marketplace tersebut. Kita bisa mencari informasi-informasi terkait dengan menggunakan mesin pencari. Setelah kita mendapatkan informasi mengenai latar belakang dan reputasi dari marketplace tersebut maka kita bisa menilai apakah marketplace tersebut baik atau tidak. Jika menurut kita baik maka kita bisa memutuskan untuk memilih marketplace tersebut untuk dijadikan tempat berjualan kita. Pemilihan ini tentunya dapat menghindarkan kita dari kerugian yang besar.

b. Cari Situs *Marketplace* ramai pengunjung

Pada umumnya *marketplace* dengan reputasi yang baik memiliki pasar yang ramai. Namun, Anda perlu menjajaki lebih dalam lagi untuk memastikan bahwa tempat penjualan online tersebut memang ramai. Untuk mengetahui hal tersebut, Anda dapat melihat statistik jumlah pengunjung dari marketplace atau dari jumlah respon maupun komentar yang ada. Dengan memilih marketplace yang ramai, Anda memiliki peluang untuk memperoleh respon dan pembeli dalam jumlah yang banyak. Hal ini dapat mendukung bisnis jualan online anda dan mendorong kesuksesan di masa depan.

c. Memiliki Sistem yang Memudahkan *seller* dan *buyer*

Memilih sistem transaksi yang mudah menjadi kunci penting. Dengan transaksi yang mudah, pembeli akan merasa senang untuk berbelanja di tempat tersebut. Kemudahan sistem ini bisa kita lihat dari penampilan katalog, system pemesanan, sistem pembayaran, dan masalah lainnya yang terkait dengan transaksi jual beli.

d. Layanan Pelanggan yang Mudah Dihubungi

Sistem marketplace yang baik adalah yang bisa menjadi jembatan penghubung antara penjual dan pembeli dengan mudah. Alamat email, nomor kontak, kontak media sosial, maupun kontak pesan instan sangatlah penting untuk mendukung layanan yang baik dengan para pelanggan.

e. pelajari Fitur Layanan

Setiap *marketplace* memiliki aneka fitur yang beragam untuk ditawarkan. Anda perlu mencermati dan meninjau dengan baik terhadap fitur-fitur dalam marketplace. Namun, perlu Anda perhatikan jangan terlalu terpancing dengan fitur yang sangat banyak. Pilihlah dengan memfokuskan pada fitur yang baik untuk dapat mendukung bisnis online Anda.

f. Memahami Prospek Marketplace yang ditawarkan

Mengetahui dan memahami prospek ke depan dari marketplace menjadi tumpuan yang penting. Kita tidak tahu seperti apa masa depan, namun kita bisa meneliti, mengamati, mengevaluasi, dan mensurvei dari marketplace terkait terhadap perkembangan bisnis online. Kami memberikan ceramah terlebih dahulu apa saja marketplace yang ada di Indonesia. Salah satu yang terbesar adalah Shopee. 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 shopee. Sehingga sangat diharapkan masyarakat terus mau untuk belajar dan bisa mengembangkan bisnis mereka.



Gambar 2. Pelatihan Pemberian Materi dan Pengemasan Produk

Hal yang tidak kalah penting dari pemasaran suatu produk adalah design kemasan. Ini harus diperhatikan oleh penjual. Tidak hanya mereka mahir memanfaatkan social media tetapi mereka juga harus memperhatikan mengenai kemasan produk mereka. Selama pelatihan di hari kedua masyarakat diajarkan cara mendesign produk, mulai dari bentuk gambar, *tagline* produk sampai pemilihan warna serta kemasan.

KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya keterampilan dan pengetahuan peserta serta mereka dapat membuat dan memanfaatkan seluruh akun social media untuk mempromosikan produk serta membuat akun di marketplace yang telah mereka tentukan dan juga para peserta bisa mendesign kemasan produk sesuai dengan keinginan mereka tentu saja dengan design yang menarik dan memiliki nilai jual. Pelatihan penjualan online telah berhasil dilaksanakan meskipun dengan berbagai kendala yang ada. Hal ini terbukti dari antusias peserta yang hadir dalam kegiatan. Ketika pelatihan dilakukan mereka cukup antusias dengan materi yang disampaikan dan langsung menggunakan akun-akun media sosial pribadi mereka sebagai wadah penjualan *online*.

PERSANTUNAN

Kami sangat berterima kasih kepada warga masyarakat khususnya desa Aburan Batang Tebo kecamatan Tebo tengah atas partisipasinya dalam mengikuti kegiatan pelatihan penjualan online dan pengemasan produk. Semoga materi yang telah diberikan setelah kegiatan pengabdian ini dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari dalam menunjang bisnis yang sudah dijalani selama ini. Selain itu kami juga berterima kasih kepada seluruh pihak yang terkait seperti LP3M STKIP Muhammadiyah Muara Bungo, PKK desa Aburan, perangkat desa dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra. Hermanwan, Dadang. 2018. *E-bussniness & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Angelina Diah Kusumasari dan Supriono. 2017. Pengaruh desain kemasan produk dan daya tarik iklan terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 49 No. 2 Agustus 2017
- Christine Suharto Cenadi, (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmala*, Vol. 2, ISSN 0215-0905



Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 1, NO 1, Maret 2020 (16-21)

<http://ejournal.stkip-mmb.ac.id/index.php/JPM>

Flimmerce. 2018. *Memilih marketplace yang cocok untuk memasarkan produk anda*". Diakses 25 Juli 2018 dari <http://flimmerce.com/blog/read/memilih-marketplace-yang-cocok-untuk-memasarkan-produk-anda/47>.

John Heskett, 2002. *Design a very short introduction*. Oxford University Press Inc: Newyork

Makmur, Rakhmat, 2011. *Bisnis Online*. Yogyakarta: Informatika

Natasya. 2018. *Apa itu Marketplace*. From <https://dewaweb.com/blog/apa-itu-marketplace/>.