

Pengoptimalan digital marketing untuk meningkatkan penjualan kampung amplang di kota Samarinda melalui platform Shopee

Irsan Tricahyadinata¹, Alma Argriphi Ardhia Pramesti Wijaya², Amalia Nur³, Ekinda Famelia Prisca⁴, Nurmawati⁵, Zulfah Marwa Nabila^{6✉}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

Abstrak

Perkembangan bisnis saat ini sudah sangat berkembang pesat, UMKM harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan tujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Kemajuan teknologi informasi adalah dengan melakukan penjualan online. Memudahkan para penjual serta pembeli dalam berinteraksi melalui fitur live chatnya, Shopee juga menyediakan banyak produk mulai dari gadget, fashion, kosmetik, elektronik, Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kampung Amplang UD Taufik Jaya Makmur adalah masalah pemasaran dan keterampilan menggunakan teknologi. UMKM Kampung Amplang UD Taufik Jaya Makmur memerlukan pengembangan usaha berbasis teknologi sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha baru yang bersifat online. Pada kegiatan ini solusi yang diberikan dalam menyelesaikan permasalahan UMKM Kampung Amplang UD Taufik Jaya Makmur dengan upaya pengembangan usaha berbasis teknologi melalui pelatihan digital marketing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus pada pemilik toko amplang. Hasil setelah melakukan kegiatan yang diterapkan pada UMKM Kampung Amplang UD Taufik Jaya Makmur berjalan dengan lancar. Perubahan setelah diadakannya kegiatan yang pada awalnya para sasaran hanya melakukan promosi secara offline, mereka dapat memasarkan produknya secara online melalui platform shopee yang telah mereka buat serta memperoleh pasar yang bertambah luas.

Kata kunci: Digital marketing; UMKM; shopee

Digital marketing optimization to increase sales of amplang villages in Samarinda city through the Shopee platform

Abstract

Business development is currently growing rapidly, UMKM must follow the advancement of information technology with the aim of expanding the market and increasing sales. The advancement of information technology is by conducting online sales. Making it easy for sellers and buyers to interact through its live chat feature, Shopee also provides many products ranging from gadgets, fashion, cosmetics, electronics, One of the problems faced by UMKM Kampung Amplang UD Taufik Jaya Makmur is the problem of marketing and skills using technology. UMKM Kampung Amplang UD Taufik Jaya Makmur requires technology-based business development so that it can compete with new online businesses. In this activity, a solution is provided in solving the problems of UD Taufik Jaya Makmur's Amplang Village MSMEs with technology-based business development efforts through digital marketing training. The method used in this research is a qualitative descriptive method using a case study approach to amplang shop owners. The results after carrying out the activities applied to the UD Taufik Jaya Makmur Amplang Village MSME are running smoothly. Changes after the activities were held, which initially the targets only promoted offline, they were able to market their products online through the shopee platform that they had created and obtained a wider market.

Key words: Digital marketing; UMKM; shopee

Copyright © 2023 Irsan Tricahyadinata, Alma Argriphi Ardhia Pramesti Wijaya, Amalia Nur, Ekinda Famelia Prisca, Nurmawati, Zulfah Marwa Nabila

✉ Corresponding Author

Email Address: zulfahnabila@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini sudah sangat berkembang pesat, UMKM harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan tujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Kemajuan teknologi informasi adalah dengan melakukan penjualan online. Saat ini belanja melalui platform online sudah menjadi hal yang biasa. Belanja online memiliki berbagai kemudahan yang diberikan, seperti kemudahan waktu dalam melakukan pekerjaan tanpa harus bertatap muka terlebih dahulu dan kemudahan bertransaksi. Para konsumen belanja melalui online dapat dengan mudah mengakses online shop yang diinginkan, melihat pilihan barang, harga yang akan dibelinya, mengetahui kualitas barang melalui komentar yang diberikan oleh pembelinya dan cara pembayarannya. Kemudahan dan keunggulan belanja melalui online yaitu prosesnya, konsumen hanya membuka web online shop melalui internet bisa langsung melakukan transaksi online. Shopee adalah salah satu situs belanja online pendatang baru, jika dibandingkan dengan situs belanja online lainnya. Strategi komunikasi bisnis shopee melalui marketplace. Dengan memudahkan para penjual serta pembeli dalam berinteraksi melalui fitur live chatnya, shopee juga menyediakan banyak produk mulai dari makanan, gadget, fashion, kosmetik, elektronik, otomotif dan lain sebagainya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada pemilik UMKM Kampung Amplang UD Taufik Jaya Makmur, dimana masih belum mengenal dan belum mengetahui cara penggunaan mengenai digital marketing khususnya marketplace dengan platform Shopee, hal tersebut dapat diakibatkan dari berbagai faktor yang terjadi salah satunya faktor pemasaran, belum tersedianya/belum mampunya pelaku usaha UMKM dalam pemanfaatan sistem marketplace untuk penjualan produk, membuat konten marketplace serta teknik penjualan menggunakan marketplace, belum mampunya dalam pembuatan akun marketplace, pembuatan foto produk serta membuat konten-konten yang tepat sasaran. Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah untuk memberi pemahaman pada aspek penggunaan sistem marketplace, memberi pengetahuan pada aspek pembuatan akun marketplace sebagai bahan promosi, memberi pengetahuan pada aspek pembuatan foto produk yang menarik bagi para pelaku UMKM, memberi pengetahuan pada aspek pembuatan konten tepat sasaran dan membantu UMKM lebih mandiri dan meningkatkan daya saing. Kegiatan ini diharapkan bisa membantu usaha pada UMKM Kampung Amplang UD Taufik Jaya Makmur agar berkembang lebih baik dan mengalami peningkatan kapasitas produksi maupun pemasaran, serta memberikan efek multiplier bagi usaha yang sejenis atau usaha yang terkait serta bagi masyarakat sekitar.

METODE

Dalam penulisan artikel jurnal tentang produk Amplang dengan menggunakan digital marketing, terdapat beberapa metode yang dilakukan untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus pada pemilik toko amplang. Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pemilik toko. Penjelasan tentang Metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

Studi Kasus

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dari pemilik toko Amplang yang menggunakan digital marketing. Data yang dikumpulkan adalah mengenai strategi pemasaran, jenis platform digital yang digunakan, serta pengalaman dalam menggunakan digital marketing.

Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati langsung aktivitas yang dilakukan oleh pemilik toko dalam melakukan digital marketing. Observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai cara kerja, kesulitan yang dihadapi, dan manfaat yang diperoleh dari digital marketing.

Wawancara

Metode wawancara dilakukan untuk memperoleh data dari pemilik toko Amplang secara langsung. Wawancara dilakukan dengan pertanyaan-pertanyaan terkait pengalaman dalam menggunakan digital marketing, strategi pemasaran, kesulitan yang dihadapi, serta manfaat yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemilik toko amplang mengimplementasikan berbagai strategi digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk amplang. Strategi digital marketing yang digunakan antara lain:

Membangun website toko online: Pemilik toko telah membuat website toko online sebagai sarana untuk memperkenalkan produk amplang secara online dan memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian secara online.



Gambar 1.

Wawancara mengenai produk dan sarana penjualan produk

Menggunakan media sosial: Media sosial seperti Instagram dan Facebook digunakan untuk mempromosikan produk amplang dan memberikan diskon khusus bagi pelanggan serta mendaftarkan akun bisnis baru di market place yang belum tersedia.



Gambar 2.

Pendaftaran akun bisnis (shopee)

Menerapkan program loyalitas: Pemilik toko berhasil membangun hubungan yang baik dengan pelanggan serta menerapkan program loyalitas dengan memberikan reward khusus bagi pelanggan yang sering membeli produk amplang (diskon).



Gambar 3.

Sesi foto bersama pegawai yang bekerja di Kampung Amplang

Meningkatkan kualitas produk: Selain itu, pemilik toko juga terus meningkatkan kualitas produk amplang dan memperluas variasi rasa agar lebih menarik bagi pelanggan serta menjual produk lain selain amplang supaya pelanggan lebih tertarik dengan varian produk yang ada.



Gambar 4.

Produk dengan varian rasa dan jenis

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa digital marketing dapat membantu pemilik toko Amplang untuk meningkatkan penjualannya, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, serta menghemat waktu dan biaya dalam pemasaran produk.

Peningkatan Penjualan

Dengan menggunakan digital marketing, pemilik toko Amplang berhasil meningkatkan penjualan produknya secara signifikan. Hal ini dapat terjadi karena digital marketing memungkinkan produk amplang dapat dikenal oleh lebih banyak orang melalui platform digital.

Peningkatan Loyalitas Pelanggan

Dalam implementasi digital marketing pada produk Amplang, pemilik toko berhasil membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini terjadi karena digital marketing yang memungkinkan pemilik toko untuk lebih mudah berinteraksi dengan pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Efisiensi Waktu dan Biaya

Dengan menggunakan digital marketing, pemilik toko amplang dapat menghemat waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran produk. Hal ini terjadi karena digital marketing memungkinkan pemilik toko untuk melakukan pemasaran dengan biaya yang lebih murah dan waktu yang lebih efisien. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa implementasi digital marketing dapat membantu pemilik toko amplang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk amplang seperti membuat akun marketplace seperti Shopee. Selain itu, penulis juga menemukan bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook sangat efektif dalam memasarkan produk amplang secara digital. Oleh karena itu, para pedagang amplang disarankan untuk meningkatkan kehadiran mereka di media sosial dan memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram shopping untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.

Selain itu, penulis juga menemukan bahwa kualitas produk dan pelayanan yang baik merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk amplang secara online. Oleh karena itu, para pedagang amplang diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Dalam kesimpulan, digital marketing dapat menjadi strategi efektif dalam memasarkan produk amplang. Dengan memanfaatkan media sosial dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, para pedagang amplang dapat meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak konsumen secara digital

SIMPULAN

Setelah melakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang diterapkan pada UMKM Kampung Amplang yang berjalan dengan lancar, meskipun terdapat beberapa kendala namun hal itu dapat teratasi dengan baik. Perubahan setelah diadakannya kegiatan yang pada awalnya hanya melakukan penjualan melalui offline, sekarang dapat menjual produknya secara online melalui platform shopee yang telah dibuat serta memperoleh pasar yang bertambah luas. Masyarakat berharap pengarahannya dan pemantauan para pelaku UMKM secara berlanjut melalui whatsapp untuk memberi pengetahuan kepada pelaku UMKM yang masih bingung dengan platform shopee serta pemantauan pada pelaku yang telah menjalankan bisnisnya melalui platform shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurseto, T. (2004). Strategi menumbuhkan wirausaha kecil menengah yang tangguh. *Jurnal ekonomi dan pendidikan*, 1(1).
- Nuslih, J. S. E. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing pada pengerajin Tahu Bungkeng Kabupaten Sumedang. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 67-88.
- Rohmah, N. S. I., & Ashlihah, A. (2021). Pengaruh Digital Marketing Training Terhadap Kemandirian Dan Entrepreneurship Knowledge Curiosity Dikalangan Mahasiswa Unwaha. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 4(2), 41-48.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.
- Wardhana, A. (2015, April). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV* (pp. 327-337).
- Ghozali, M. Al, & Hakim, A. K. (2023). Pengoptimalan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Sumberagung melalui Platform Shopee. 4(1).