

PENGEMBANGAN USAHA KRIPIK PISANG PARA ANGGOTA KATEGORI PERINTIS DI UMKM GALERI LEBAK BANTEN DENGAN MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

Zulfitra, Sahroni, Sugiyanto, Juhaeri, Elang Kristi Andhika, Nur Wijayanti, Siti Chodijah, Susanti

Magister Manajemen Universitas Pamulang

e-mail: dosen01137@unpam.ac.id, dosen01420@unpam.ac.id, elangkristi@gmail.com,
nurwi1010@gmail.com, sitichodijah2911@gmail.com, sansanjj561@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat bermitra dengan UMKM Galery yang berlokasi di Jalan TB Surya Atmadja, Rangkasbitung Kelurahan Rangkasbitung Barat, Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Mitra merupakan kelompok yang memiliki anggota sebanyak 25 Kelompok (anggota 60-80 orang per UMKM nya), Usaha yang dijalankan diantaranya yaitu pembuatan keripik pisang seperti sale, aneka jamu- jamuan atau herbal seperti jahe, seher, dan sebagainya. Tujuan umum dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah porsi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM yang tetap mengiklankan produknya secara offline atau konvensional, seperti mengikuti acara, menitipkan di galeri, atau menerima pesanan dari pihak tertentu. Dengan demikian, ruang lingkup promosi produk masih cukup sempit, sehingga menghambat perkembangan bisnis dengan baik. Hal mendasar yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan pemasaran produk adalah melalui kegiatan penyuluhan dan pelatihan bagi pengelola UMKM Galery dengan anggota yang tergabung dalam UMKM Galeri kategori perintis dengan bidang usaha keripik pisang, yang dikemas dengan nama kegiatan "Pengembangan Usaha Kripik Pisang Para Anggota Kategori Perintis di UMKM Galeri Lebak Banten Dengan Menerapkan Strategi Pemasaran Pada *Marketplace Shopee*". Adapun metode yang dilaksanakan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu dengan tahap persiapan, survey & penyampaian materi secara langsung dan simulasi serta diskusi tanya jawab tentang Strategi pemasaran pada *Marketplace Shopee*.

Kata Kunci: Manajemen, Strategi Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

Community Service Activities in partnership with the UMKM Gallery located on Jalan TB Surya Atmadja, Rangkasbitung, Rangkasbitung Barat Village, Rangkasbitung District, Lebak Regency, Banten Province. Partners are a group that has 25 members (60-80 members per MSME), the businesses they run include making banana chips such as sale, various herbs or herbs such as ginger, seher, and so on. The general objective of this Community Service activity is the marketing aspect carried out by MSME actors who still market their products offline or conventionally, namely participating in exhibitions, depositing them in galleries or receiving orders from certain parties. Thus, the scope of product marketing is still very limited so that the business being carried out has not been able to develop properly. The basic thing that is offered to participate in solving problems in product marketing is through counseling and training activities for MSME Gallery management with members who are members of the MSME Gallery pioneer category with the banana chips business sector which is packaged with the activity name "Banana Chips Business Development for Pioneer Category Members in UMKM Gallery Lebak Banten by Implementing Marketing Strategy on Shopee Marketplace". The method implemented in this community service program is the preparation stage, survey & delivery of material directly and simulations as well as question and answer discussions about marketing strategies on the Shopee Marketplace.

Keywords: Management, Marketing strategy, UMKM

PENDAHULUAN

Rencana Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang tim kami lakukan yaitu bermitra dengan UMKM Galeri yang terletak di Jl. TB Surya Atmadja, Rangkas Bitung, Kelurahan Rangkas Bitung Barat, Kecamatan Rangkas Bitung, Kabupaten Lebak, Povinsi Banten. Mitra tersebut merupakan UMKM yang dibawah binaan Provinsi Banten. Sebagai bagian dari inisiatif KOTAKU (Kota Tanpa Kumuh), kegiatan dan objek PKM dalam pengabdian ini adalah anggota gedung GSL (Galery Sentral Lebak), khususnya rumah produksi dan UMKM Galery.

Fasilitas gedung GSL yang digunakan oleh Gallery UMKM kategori perintis terdiri dari ruang pameran, Stand Caffe, & ruang parkir yg cukup luas. Mempunyai luas bangunan yang 30m x 20m, gedung ini sering digunakan oleh para pelaku UMKM untuk dijadikan stand penjualan kepada para wisatawan atau warga sekitar. Beberapa anggota UMKM Galeri di kategori perintis banyak para pengusaha yang memanfaatkan hasil bumi untuk dijadikan lahan usaha diantaranya yaitu Jahe merah asen, jamu instan, selai pisang keripik singkong & salah satu pendapatan yang paling besar yaitu pemanfaatan dari keripik pisang.

Pisang merupakan produk yang berlimpah di Kawasan lebak, banten. Semua awal di coba sebagai produk buah

untuk didistribusikan ke pasar-pasar induk terutama di daerah Jabodetabek sebagai market terbesar dari produk buah pisang Lebak Banten, mengingat Jabodetabek tidak terlalu jauh untuk dijangkau. Dalam proses distribusi kadang ada kendala baik dari sisi produk dengan alasan produk kurang baik secara fisik, yang terlalu matang, permintaan yang rendah, dan lain-lain . Sehingga akhirnya timbul masalah dari adanya produk-produk buah pisang yang tersortir tersebut untuk dicarikan solusi harus diapakan sehingga tidak terbuang percuma dan memiliki nilai jual, apalagi disaat-saat stok buah pisang yang sangat melimpah. Oleh karena masalah itulah masyarakat akhirnya mengembangkan bisnis keripik pisang sebagai jawaban atas permasalahan banyak atau melimpahnya buah pisang yang tidak terdistribusi dengan baik, baik karena alasan mutu pisang yang kurang baik (sortiran), terlalu matang, permintaan yang rendah, dan lain-lain. Pada UMKM Galeri, para pengusaha pisang ini banyak masih tergolong kelompok perintis dan banyak membutuhkan penyuluhan serta pendampingan dalam mengembangkan usahanya.

Pemasaran yang tepat juga menjadi faktor utama penentu dari pengembangan bisnis/usaha mereka. Sehingga harapannya dengan penyuluhanyang kami lakukan di bidang pemasaran dapat membatu mereka dalam mengembangkan usaha mereka

sesuai kemajuan jaman terutama dalam memanfaatkan peranan *Marketplace* yang banyak sekali. Fokus penyuluhan kami adalah memberikan pengetahuan tentang pemasaran pada *Marketplace Shopee*, sehingga dapat mendorong penjualan mereka secara nasional. Besar harapan kami paparan yang kami sampaikan dapat dipahami dengan baik oleh para pengusaha keripik pisang kategori perintis di umkm galeri sehingga dapat diaplikasikan secara nyata di unit usaha mereka masing-masing sehingga mengantarkan mereka kepada kemajuan bisnis secara signifikan, dengan terbukanya market secara nasional.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, kami dari Tim Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang terdiri dari empat mahasiswa terpanggil untuk membantu & menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh UMKM Galery dengan judul PKM: “Pengembangan Usaha Kripik Pisang Para Anggota Kategori Perintis di UMKM Galeri Lebak Banten Dengan Menerapkan Strategi Pemasaran Pada *Marketplace Shopee*”.

RUMUSAN MASALAH

1. Para anggota UMKM Galery masih belum memahami mengenai Strategi Pemasaran *Online*.
2. Kurangnya keterampilan anggota dalam membuat toko unline untuk

tujuan pemasaran.

3. Para anggota UMKM Galery masih belum memahami tentang legalitas dalam bertransaksi online melalui *Marketplace Shopee*.

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Membantu pengembangan UMKM yang sehat, unggul, dan berkelanjutan dengan menumbuhkan rasa saling percaya antar anggota berdasarkan keterbukaan, saling menghargai, kesetaraan, keadilan, kejujuran, dan prinsip-prinsip positif lainnya.
2. Membantu anggota UMKM Galeri para pengusaha keripik pisang kategori perintis dalam menentukan HPP dan juga harga jual yang baik untuk pemasaran secara *offline* dan *online*.
3. Membantu anggota UMKM Galeri para pengusaha keripik pisang kategori perintis dalam pengelolaan usaha baik dari sisi pemasaran terutama melalui *Marketplace Shopee*.

Manfaat Pengabdian Kepada Masyarakat

Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman para pelaku perintis UMKM Galery Rangkas Bitung dengan menggunakan strategi pemasaran di Market Place *Shopee* Guna Meningkatkan Penjualan secara nasional.

Menurut Sofjan Assauri dalam

bukunya Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi (2011 : 168) mengatakan bahwa “strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dalam suatu perusahaan”. Hal terpenting adalah bahwa strategi pemasaran berfungsi sebagai panduan tindakan dan kebijakan yang berhasil digunakan untuk mencocokkan program pemasaran seperti item, harga, promosi, dan distribusi dengan memanfaatkan kemungkinan pasar untuk memenuhi tujuan perusahaan. Secara sederhana, rencana pemasaran menunjukkan bagaimana tujuan pemasaran dapat dipenuhi.

Bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus mendasarkan strategi pemasarannya pada pengkajian kekuatan dan keterbatasan usaha, serta kemampuan mengidentifikasi peluang dan bahaya yang akan dihadapi dari lingkungan usaha. Di samping itu, strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dilaksanakan harus dikaji ulang untuk menentukan apakah masih sesuai dengan kondisi atau kondisi saat ini, dan hasil penilaian tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang dijalankan saat ini perlu dapat diubah, serta sebagai dasar untuk mengembangkan atau

menentukan strategi yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang. Akibatnya, mengembangkan strategi pemasaran sangat penting saat menjalankan bisnis kecil pada khususnya. Karena, pada saat kritis, hanya usaha kecil yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Salah satu kegiatan untuk mengembangkan pertumbuhan strategi pemasaran pada para pelaku UMKM di era saat ini adalah dengan memanfaatkannya perkembangan teknologi dan informasi seperti Digital Marketing *E-Commerce* di *Shopee*. *E-Commerce Shopee* bisa dimanfaatkan oleh UMKM untuk menjalankan operasional perusahaannya. Dengan memanfaatkan *E-Commerce*, para pelaku UMKM dapat memperoleh akses ke pasar yang lebih besar dan lebih banyak peluang untuk mendapatkan klien potensial baru. Selanjutnya, dengan memanfaatkan *E-Commerce*, pelanggan dan calon konsumen UMKM dapat memperoleh akses informasi online yang lebih efektif dan efisien.

Penggunaan *E-Commerce Shopee* dapat membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, karena salah satu upaya yang dapat dilakukan UMKM adalah dengan melakukan operasi pemasaran atas produk atau jasa yang dimiliki perusahaan, serta meningkatkan akses pasar daerah. Pelaku UMKM juga dapat menjadi bagian

dari anggota komunitas global dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui E-Commerce, dan jika UMKM tidak mengikuti kemajuan teknologi informasi, mereka dapat tertinggal jauh dalam persaingan.

Definsi UMKM

UMKM sering diklasifikasikan berdasarkan pendapatan tahunan, kekayaan atau aset, dan jumlah karyawan. Sedangkan usaha yang tidak tergolong UMKM tergolong usaha besar, yaitu usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan kekayaan bersih atau pendapatan penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi badan usaha milik negara atau swasta nasional, usaha patungan, dan bisnis asing dalam menjalankan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Jenis UMKM

1. Usaha mikro Kecil Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kualifikasi usaha mikro Undang-Undang. Penjualan atau omset tahunan maksimum dari usaha mikro adalah Rp 300 juta, dan jumlah maksimum aset bisnis adalah Rp 50 juta (tidak termasuk aset tanah dan bangunan). Keuangan usaha mikro biasanya digabungkan dengan dana pribadi pemilik

dalam pengelolaannya. UMKM mikro meliputi pedagang pasar kecil, barbershop, pedagang asongan, dan sebagainya.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang beroperasi secara mandiri dan dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria UU untuk usaha kecil.

UMKM dalam kategori usaha kecil memiliki nilai bersih antara Rp. 50 juta dan Rp. 500 juta, dan penjualan tahunan antara Rp. 300 juta dan Rp. 2,5 miliar. Baca lebih lanjut tentang Giro, Cek, dan Bilyet Giro. Pengelolaan keuangan usaha kecil juga lebih profesional daripada usaha mikro. Usaha laundry, rumah makan kecil, bengkel sepeda motor, katering, perusahaan fotokopi, dan sebagainya adalah contoh dari UMKM kecil.

3. Usaha Menengah

Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang beroperasi secara mandiri dan dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau

besar. dengan total kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana ditentukan oleh hukum. Kekayaan bersih tahunan perusahaan menengah, tidak termasuk tanah dan bangunan, telah melampaui Rp 500 juta (apa yang dimaksud dengan UMKM).

Perusahaan menengah (UKM) juga harus memiliki omzet penjualan Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar setiap tahun. Perusahaan menengah memiliki legalitas selain manajemen keuangan yang berbeda. Contoh UMKM menengah adalah perusahaan pembuat roti skala rumahan, restoran besar, dan toko bangunan.

Dalam kegiatan PKM ini kami menyasar program pengabdian masyarakat melalui anggota UMKM Galeri yang beralamatkan di Kelurahan Rangkas Bitung Barat, Kecamatan Rangkas Bitung, Kabupaten Lebak, Povinsi Banten yang merupakan UMKM dibawah binaan Provinsi Banten.

Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Mitra PKM dalam pelaksanaan ini yaitu para pelaku perintis UMKM Galei Rangkas Bitung. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program PKM sangat kooperatif dengan memberikan izin kepada tim untuk melaksanakan pengabdian desa binaan pihak kampus, memberikan informasi berupa informasi atau data yang dibutuhkan sampai dengan rencana

pelaksanaan berupa pelatihan/ kegiatan pendampingan nantinya. Berikut mitra yang terlibat dalam pelaksanaan program PKM:

1. Mitra berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan.
2. Mitra berpartisipasi dalam program PKM secara keseluruhan, mulai dari perumusan masalah hingga perancangan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program, dan evaluasi kegiatan.

MATERI&METODE PELAKSANAAN

Kerangka Pemecahan Masalah

Agar pelaksanaan PKM yang kami persiapkan berjalan dengan lancar dan berhasil sesuai tujuan, kami melakukan beberapa persiapan terkait dengan materi yang akan disajikan, bahan & alat yang dibutuhkan, serta persiapan- persiapan lainnya agar kegiatan yg sudah kami rencanakan dengan baik berjalan dengan sukses.

Hal ini dimaksudkan agar penyampaian materi yang kami berikan bisa difahami oleh para pelaku UMKM Galery di rangkas bitung. Adapun tahapan Persiapan yang kami lakukan terkait prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan dalam *schedule* pelaksanaan PKM bagi parapelaku perintis UMKM Galery di rangkas bitung yaitu meliputi:

1. Survei awal, tahap ini kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan melakukan survei lokasi UMKM Galery yang beralamatkan di Kelurahan Rangkasbitung Barat, Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Rencana kegiatan yang dilakukan Tim PKM yaitu dilaksanakan di ruang terbuka gedung GSL UMKM Galery.
2. Observasi, setelah menentukan survey awal untuk kegiatan yang akan dilaksanakan, tim melakukan observasi dengan cara mengumpulkan informasi yang didapat dari para pelaku UMKM Galery . dengan mengidentifikasi permasalahan juga kebutuhan spesifik yang dialami oleh para pelaku perintis UMKM.
3. Rapat Koordinasi Tim Panitia, pada tahap ini merupakan pertemuan untuk membahas pembentukan tim yang disesuaikan dengan jenis keahlian yang dibutuhkan untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Terdapat beberapa permasalahan dan konsep pemecahan masalah dari kelompok kami dari beberapa survey awal & observasi yang telah kami persiapkan, diantaranya yaitu:

No	Permasalahan	Pemecahan Masalah
1	Penjualan produk Pisang Para perintis UMKM Galery hanya dilakukan secara terbuka di bazar atau hanya <i>mouth to mouth</i> .	Melakukan penyuluhan bagaimana mempromosikan produk pisang di Aplikasi Shopee.
2	Para perintis UMKM Galery belum memahami mengenai pemasaran online beserta aspek hukumnya	Melakukan penyuluhan dengan menyampaikan tata cara penggunaan aplikasi Shopee & memberikan pemahaman mengenai legalitas transaksi <i>online</i>
3	Para perintis UMKM Galery kurang ahli dalam mengoperasikan media elektronik sebagai sarana pemasaran <i>online</i> produk pisangnya.	Melakukan penyuluhan meningkatkan kemampuan pembuatan & penggunaan toko online sebagai sarana pemasaran.

Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi pemecahan masalah dalam Galery rangkas bitung. Pengabdian Masyarakat di UMKM Galery yang berlokasi di Desa Rangkasbitung Barat, Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten ini, menghasilkan berbagai kegiatan yang dapat diikuti oleh dosen dan mahasiswa pascasarjana, antara lain:

1. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat memantau & menjelaskan bagaimana penggunaan pemasaran online yang berlaku secara umum dalam meningkatkan penjualan di era modern saat ini.
2. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat

memantau & menjelaskan para perintis UMKM Galery dalam menggunakan toko online yang sesuai dengan legalitas agar terhindar dari pelanggaran aturan. Dalam Pengabdian kepada Masyarakat, mengawasi dan menjelaskan kepada para Perintis UMKM Galery bagaimana menggunakan bisnis web yang sesuai dengan legalitas agar tidak melanggar peraturan.

3. Sebagai bagian dari Pengabdian kepada Masyarakat, melakukan pendampingan atau pengembangan kelompok perintis UMKM berdasarkan jenis usaha untuk memfasilitasi pembicaraan tentang penggunaan aplikasi Shopee.

Khalayak Sasaran

Sasaran pada kegiatan ini adalah para Perintis UMKM Galery di Jalan TB Surya Atmadja, Rangkasbitung, Kelurahan Rangkasbitung Barat, Kecamatan Rangkasitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten yang memproduksi Keripik Pisang dengan harapan bahwa penerapan strategi pemasaran menggunakan e-commerce Marketplace terutama Shopee akan meningkatkan kemajuan bisnis secara kancah nasional.

Tempat Waktu

Tempat, sasaran dan waktu pelaksanaan adalah sebagai berikut :

- Tempat Kegiatan: UMKM Galery di Jalan TB Surya Atmadja, Rangkasbitung, Kelurahan Rangkasbitung Barat, Kec. Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten
- Sasaran Kegiatan: Anggota UMKM Galery
- Hari/Tanggal: Jumat- Minggu/28- 30 Mei 2021
- Pukul: 07.30 s.d. 12.30

Metode Kegiatan

Adanya permasalahan yang terjadi pada para perintis keripik pisang UMKM Galery rangkas bitung, maka langkah untuk mencapai tujuan & sasaran kegiatan yang dilakukan oleh para tim adalah dengan melakukan pendekatan kepada instansi terkait yaitu masyarakat melalui sosialisasi, *workshop* serta pelatihan dalam menstrategikan pemasaran online melalui aplikasi Shopee. Hal tersebut perlu dilakukan agar produk para perintis UMKM Galery rangkas bisa ikut bersaing dalam kancah nasional. Pengembangan ini akan diarahkan oleh tim pelaksana dari staf pengajar Universitas Pamulang, yang akan mencakup peran instansi kunci, baik perangkat desa maupun masyarakat.

Upaya tim pengabdian dalam menyampaikan materi dipandu oleh tim pelaksana fakultas keguruan Universitas Pamulang, yang meliputi pelibatan instansi terkait, baik perangkat desa maupun masyarakat. Adapun penyampain materi

yang disampaikan yaitu terkait bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh para perintis UMKM dalam menggunakan media elektronik. Tentunya materi- materi tersebut telah disesuaikan dengan kebutuhan para perintis UMKM Galery. Metode pelatihan yang diterapkan berdasarkan solusi atas permasalahan pada UMKM Galery di Jalan TB Surya Atmadja, Rangkasbitung, Kelurahan Rangkasbitung Barat, Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten pada bulan Mei 2021.

Metode Pelatihan

Pelatihan dimaksudkan untuk mengembangkan sumber daya manusia melalui proses identifikasi, penilaian, dan pembelajaran yang terencana. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, tim akan menawarkan pelatihan bagi seluruh anggota UMKM Galery, serta warga dan komponen desa yang terlibat dalam pelaksanaan PKM. Berikut ini adalah metode pelatihan:

Hari ke-1: Pengumpulan data yang dilakukan dengan metode memberikan kuisisioner serta wawancara lebih detail mengenai permasalahan dalam Strategi Pemasaran secara online melalui *E-Commerce Shopee* kepada masyarakat dan aparaturnya Desa Kelurahan Rangkasbitung Barat, Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten.

Hari ke-2: Pelatihan dan persiapan penyusunan peraturan dan sanksi penggunaan media pemasaran elektronik, khususnya dalam kegiatan bisnis, melalui penyuluhan kepada masyarakat dan aparat desa.

Hari ke – 3 : Pelatihan berkelanjutan yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan memberikan materi sekaligus pelatihan praktek dalam pembuatan dan penggunaan media elektronik aplikasi *Shopee*. Pelatihan berupa tutorial dan pendampingan langsung kepada para perintis UMKM Galery agar mereka dapat mengembangkan dan memelihara etalase online sebagai bagian dari aktivitas bisnis mereka.

Hal dasar yang ditawarkan untuk berpartisipasi dalam pemecahan masalah dalam pemasaran produk adalah kegiatan penyuluhan dan pelatihan bagi pengelola UMKM Galery dengan anggota yang tergabung dalam kategori perintis UMKM Galery dengan bidang usaha keripik pisang, yang dikemas dengan nama kegiatan “Pengembangan Usaha Kripik Pisang Para Anggota Kategori Perintis di UMKM Galery Lebak Banten Dengan Menerapkan Strategi Pemasaran Pada *Marketplace Shopee*”. Sehingga dengan dilaksanakannya metode wawancara, kuisisioner,ceramah, diskusi/tanya jawab, pembentukan kelompok kerja serta praktek penggunaan , maka diharapkan seluruh anggota UMKM dapat memahami bagaimana strategi memasarkan produk menggunakan *E-*

Commerce Shoppe yang sesuai dengan masing-masing jenis usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dilaksanakan pada Hari Minggu Tanggal 30 Mei 2021, di Gedung UMKM Galery di Rangkasbitung. Dihadiri sebanyak 59 peserta yang merupakan komunitas dari para perintis UMKM Galery rangkas Bitung. Dari awal hingga akhir acara, para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan.

Pelatihan berlangsung begitu menarik karena banyak interaksi antara peserta dengan pemateri. Terlebih ketika penyampaian pembuatan akun *Shopee*, karena hingga saat ini masih banyak peserta yang masih menggunakan pemasaran secara *offline* atau konvensional. Meskipun beberapa telah menggunakan pemasaran online, mereka terbatas pada platform Facebook, di mana jangkauan pasar masih sangat terbatas, penipuan lebih umum, dan Facebook terutama digunakan untuk jejaring sosial.



Gambar 4.1 Penyampaian Materi Tentang Strategi Pemasaran Pada *Shopee* (Sumber: Hasil Dokumentasi Tim PKM)

Materi disampaikan oleh Bpk. Elang Kristi Andhika, S. Hut, Appro perwakilan dari kelompok kami sendiri yaitu kelompok 4. Penyampain pertama membahas mengenai bagaimana keuntungan pemasaran secara online untuk produk para perintis UMKM. Hal ini bertujuan untuk mengubah mindset strategi para anggota UMKM yang semula menggunakan pemasaran secara offline agar berganti secara online. Mengingat perdagangan saat ini dilakukan secara online melalui media *smartphone* dan komputer guna menjangkau pasar yang lebih luas, baik pasar nasional maupun internasional, Selanjutnya perdagangan online memudahkan pembeli untuk bertransaksi dan memperoleh barang, sehingga perdagangan online saat ini lebih banyak diminati daripada pembelian di toko.

Materi yang ditawarkan meliputi pengertian dan tujuan pemasaran online, manfaat pemasaran online, berbagai jenis media, dan metode pemasaran online, seperti strategi untuk mempromosikan sesuatu secara online. Pemateri memperkenalkan salah satu akun *Marketplace* Indonesia yang sering digunakan oleh berbagai para pengusaha baik skala kecil, menengah bahkan skala atas. Mengapa akun *Shopee Marketplace* diperkenalkan kepada para peserta? Karena sistem *Shopee* adalah pada saat uang

ditransfer oleh pembeli untuk pembelian suatu barang ke dalam rekening bersama Shopee dan ditahan sampai barang diperoleh pembeli dalam keadaan aman, Shopee akan mencairkan dana tersebut ke rekening penjual. Teknik ini dimaksudkan untuk mencegah penipuan karena jika produk yang diberikan tidak memadai, pelanggan dapat meminta pengembalian dana. Sesi latihan memperluas pembuatan dan tutorial untuk menggunakan akun Shopee. Selain itu, bersumber dari Kompas.com, market place *Shopee* menduduki no.1 di platform *E-Commerce* Indonesia sebagai pengguna UMKM terbanyak pada kuartal 1 ditahun 2021 (Per-Mei, 2021).

Grafik 4.1

Grafik pertumbuhan Marketplace Indonesia Per- Mei 2021



Sumber : Kompas.com

Sebanyak 82 persen perusahaan UMKM di ekosistem Shopee mengaku mengalami peningkatan angka penjualan. Hal ini dikarenakan adanya program promosi Shopee, yang meliputi gratis ongkos kirim (ongkos kirim), rabat, dan diskon. Sementara Kompas.com, member Tokopedia, menempati urutan kedua

dengan pertumbuhan penjualan sebesar 45 persen, disusul Lazada (17 persen), Blibli (12 persen), dan Bukalapak (11%). Dalam hal keamanan transaksi, 69 persen UMKM percaya Shopee aman untuk mendukung kegiatan komersial, dan 66 persen percaya platform E-Commerce oranye mudah digunakan atau menyenangkan pengguna.

Selain itu, pemateri juga menyampaikan bagaimana aspek hukum perdagangan internet, pengenalan legalitas, dan penggunaan sanksi dalam transaksi online. Banyak para pengguna Marketplace masih belum memahami apa itu legalitas dalam bertansaksi online, sehingga sering terjadinya penipuan oleh para oknum yang memanfaatkan keadaan. Ada beberapa peserta yang begitu tertarik saat pemateri menjelaskan legalitas pemasaran online, salah satunya yaitu Ibu Hasna, umur 35th yang masih bertempat tinggal dirangkas bitung.



Gambar 4.2 Sistem Tanya Jawab Dengan Peserta UMKM (Sumber : Hasil dokumentasi Tim PKM)

Ibu Hasna merupakan salah satu anggota UMKM yang masih memasarkan

produk pisangnya secara *offline/* konvensional, beliau masih belum memahami bagaimana cara & peraturan dalam penggunaan Shopee. Dengan ketidak tahuan tersebut, pemateri menyampaikan bahwasanya salah satu legalitas secara umum dalam perdagangan online yaitu mengenai plagiasme foto/gambar produk, dimana bagi para pedagang online apabila memasarkan produk tanpa seizin pemiliknya hal tersebut bisa disebut dengan pelanggaran karena baik berupa foto/video memiliki hak cipta yang tidak semua orang bisa menggunakannya.

Setelah semua materi disampaikan, sesi terakhir yaitu pembuatan dan penggunaan akun *Shopee*. Pemateri mempraktekan langkah – langkah dalam membuat akun, baik ketika menggunakan *Smartphone* maupun *computer*. Langkah tersebut diantaranya yaitu :

1. Pembuatan akun awal (Sign Up)
2. Penggunaan fitur-fitur dalam akun
3. Cara meng-unggah produk
4. Cara pembayaran
5. Cara pengiriman

Langkah yang tim lakukan secara detail tersebut, diharapkan para peserta memahami betul bagaimana manfaat & keuntungan dalam menggunakan *Marketplace* sebagai sarana untuk memasarkan produknya bukan hanya secara nasional tetapi juga secara international. Keberhasilan tim dalam

menyampaikan materi, adalah sebuah kebanggaan karena dengan adanya pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat khususnya para perintis UMKM Galery di Rangkas Bitung ini, wawasan juga mindset & pengetahuan masyarakat telah bertambah. Harapannya, para perintis UMKM Galery bisa ikut bersaing di era modern saatini.

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

1. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya akan membentuk kelompok atau komunitas tertentu berdasarkan jenis usahanya dalam memasarkan produk menggunakan *Marketplace* bukan hanya di *Shopee*, melainkan di *Lazada*, *Bukalapak*, *Toko Pedia*, dan sebagainya.
2. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat lanjutan dalam pendampingan terhadap para perintis UMKM Galery dalam strategi pemasaran di *Marketplace*.

Saran

1. Mendorong kepada para perintis UMKM agar ikut bergerak dalam memasarkan produknya, bukan hanya mengandalkan stand & gedung *GSL*.
2. Mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat lanjutan dalam pendampingan terhadap manajemen dalam penyusunan strategi pemasaran bagi para anggota UMKM Galery.

3. Melanjutkan Pengabdian kepada Masyarakat dengan membantu manajemen dalam mengembangkan inisiatif pemasaran bagi anggota UMKM Galery.
4. Agar para anggota UMKM Galery mendapatkan perhatian yang lebih dari Pemerintah dengan dibuatnya kelompok-kelompok anggota UMKM yang lebih terorganisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers. 460 Hal. Akmal. (2019). Lebih Dekat Dengan Industri 4.0. Yogyakarta: Deepublish Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pt Grasindo.
- Darmawan, Erlangga Satya. 2021. Survei KIC: *Shopee* Sumbang Omzet Terbesar untuk UMKM Selama Pandemi. <https://money.kompas.com/read/2021/05/04/144914526/survei-kic-shopee-sumbang-omzet-terbesar-untuk-umkm-selama-pandemi?page=all> diakses pada 20 Juni 2021.
- Dinantara, M. D., Susanto, S., Kristianto, E., Apriansyah, M., & Amirudin, A. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Santri Pondok Pesantren Abu Dzhar Desa Sukawangi Kabupaten Bogor Paopinsi Jawa Barat. *Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01).
- Firmansyah A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta : Deepublish CV. Budi Utama.
- Haris, Yudhitiya & Indriani, Dian. 2019. Sosialisasi & Pelatihan *E-Commerce* Beserta Aspek Hukumnya bagi Pelaku Usaha Rumah Payet Sulam Kecamatan Genuk Kota Semarang. Universitas Semarang. 36 halaman <https://repository.usm.ac.id/files/dedication/Z146/20190407013536/Sosialisasi-&Pelatihan-E-Commerce-Beserta-Aspek-Hukumnya-bagiPelaku-Usaha-Rumah-Payet-Sulam-Kecamatan-Genuk-Kota-Semarang.pdf> Diakses pada tanggal 15 Juni 2021.
- Lestari, M. 2018. *Shopee* Klaim Alami Pertumbuhan 350% dengan 1 Juta Penjual. <https://inet.detik.com/business/d3850819/Shopeeklaimalamipertumbuhan35.0-dengan-1-juta-penjual> diakses pada 15 Juni 2021.
- Mubarok, A., Dinantara, M. D., Susanto, S., Zulfitra, Z., & Sahroni, S. (2021). Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada Umkm Desa Pabuaran. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 534-539.
- Ramdhansyah & Sondang Silalahi. 2013. Pengembangan Model Pendanaan UMKM Berdasarkan Persepsi UMKM. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.5: 30-40. <https://docplayer.info/41952218-Pengembangan-model-pendanaan-umkm-berdasarkan-persepsi-umkm-ramdhansyah-dosen-universitas-negeri-medan.html> Diakses pada tgl : 15 Juni 2021.
- Suworo, S., Sairin, S., Susanto, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2022). Pelatihan Digital Marketing (Sosial Media) Untuk Meningkatkan Life Skill Santri Dan Staf Marketing Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Depok. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 59-69.