

LITERASI DIGITAL PADA ONLINE TRAINING MARKETING DALAM E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM

Annisa Ekayanti¹, Nurlaila Maysaroh Chairunnisa², Yuha Nadhirah³,
Universitas Islam 45^{1,2,3}
ekayantiannisa170@gmail.com¹, nurlailamc89@gmail.com², yuhanadhirah@gmail.com³

Abstract

The Covid 19 pandemic that occurred in Indonesia, especially in the Sukaraya Indah Housing, Karang Bahagia District, Sukaraya Village, Kab. Bekasi is changing people's lives both in terms of health and economy. In this case, the behavior of MSMEs has an impact, namely in the form of a lack of knowledge about digital marketing using e-commerce. This program was created in this activity in accordance with the problems that exist in MSMEs, namely providing education about digital marketing, training using the Shopee and Tokopedia applications. This activity was carried out on February 17, 2022 at Sukaraya Indah Housing Rt 002 Karang Bahagia Subdistrict, Sukaraya Village, Kab. Bekasi. The method used is in the form of WhatsApp Group and Google Meeting. The impact obtained by the training participants is helping MSMEs to have more insight to change their selling strategy and helping people who want to maintain their business during this fairly difficult pandemic.

Keywords: Digital Literacy, E-commerce, Online Training, MSME Marketing

1. Pendahuluan

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi nasional sekaligus ujung tombak perputaran ekonomi dalam negeri (Putra et al., 2020). Selain itu, menumbuhkan dan mengembangkan usaha untuk membangun perekonomian nasional adalah tujuan dari UMKM di Indonesia (Setiani et al., 2020). Akan tetapi, UMKM di Indonesia ini masih dihadapi dengan berbagai masalah, persaingan maupun tantangan. Maka pelaku UMKM diharapkan bisa mengikuti perkembangan teknologi untuk memasarkan produk yang mereka miliki dan dengan smartphone yang ada digenggam tanpa harus berjualan dengan keliling lingkungan dengan bertemu dengan orang banyak dengan masa pada saat ini (Fanreza & Shilvana, 2021).

Salah satunya yang saat ini sedang melanda di dunia maupun di Indonesia yaitu Musibah Wabah Covid 19 yang sangat mempengaruhi Sektor Perkembangan negara kita terutama pada Sektor Perekonomian ini pun dialami oleh para pengusaha UMKM (Andriani, 2021). Terutama pada menurunnya pendapatan yang cukup tajam karena pengaruh adanya pandemi ini maka pelaku UMKM juga merasakan dampak kerugiannya dimasa pandemi ini (Isnainiyah et al., 2021).

Dalam mengatasi permasalahan tersebut, maka pelaku usaha perlu adanya edukasi dan pelatihan tentang ilmu pemasaran guna berinovasi dalam memasarkan produknya menggunakan media digital marketing (Fakhriyyah et al., 2020), maka dari itu sistem digital marketing dapat memberikan banyak perubahan dalam hal proses perdagangan dan pengembangan usaha atau bisnis yang menggunakan aplikasi basis *e-commerce*. Guna mengoptimalkan pemasaran, pelaku UMKM mulai memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk membuka pasar yang lebih luas untuk membantu UMKM itu sendiri (Nurfitriya et al., 2022). Pengabdian yang dilakukan oleh (Chairunnisa et al., 2021) yang dilakukan di KUBENDA mendapati bahwa perluasan dengan *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan.

Pada Perumahan Sukaraya Indah RT 002 Kecamatan Karang Bahagia, Desa Sukaraya, Kab. Bekasi menunjukkan bahwa berjumlah 11 UMKM tersebut belum memahami aplikasi *e-commerce*, terdapat hambatan kurangnya pemahaman untuk memasarkan produk dan tidak mengetahui cara menggunakan penjualan digital marketing menggunakan aplikasi *e-commerce* untuk mengembangkan usahanya. Era digital memang tidak bisa diabaikan, pelaku bisnis harus mampu memaksimalkan perkembangan digital untuk bisa memasarkan produknya secara online (Supiyandi, 2021) . Maka dari itu adanya digital marketing ini bertujuan untuk penting sekali memberikan pengetahuan edukasi dan pelatihan tentang Strategi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM (Hutami1) et al., 2019).

Usaha untuk membantu UMKM yang saya menggunakan dengan melibatkan *e-commerce* (Shopee dan Tokopedia). Lewat program ini memiliki tanggung jawab untuk membantu UMKM untuk siap menghadapi era digital dan berbasis online melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan metode yang dengan berupa sosialisasi/edukasi dan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi *e-commerce* dan juga menjadi peluang bisnis, jangkauannya luas, pengurangan biaya itu salah satu manfaat dari *e-commerce* (Andina, 2021; Fadhilah et al., 2021).

Dalam pelatihan yang dilaksanakan ini terdapat edukasi yang bertujuan untuk memberikan informasi maksud digital marketing, fungsi, tujuan, manfaat dan cara penggunaannya dan pelatihan bertujuan untuk mengetahui seberapa pengetahuan tentang edukasi yang sudah diberikan dan diharapkan bisa implementasi sampai dengan penjualan. Untuk melaksanakan program ini saya menggunakan sistem daring dengan sosial media.

2. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan metode pelaksanaan pengabdian yang dijelaskan oleh (Basri et al., 2022)., kegiatan pengabdian ini melakukan dengan metode pelatihan. Hal ini dikarenakan berdasarkan melihat dari kondisi sekitar, dalam menyelesaikan masalah, tantangan atau persoalan penulis menggunakan beberapa metode.

Metode pelaksanaan ini digunakan untuk kegiatan program "Pelatihan *digital marketing*" pada 11 pelaku UMKM di Perumahan Sukaraya Indah RT 002 Kecamatan Karang Bahagia, Desa Sukaraya, Kab. Bekasi yang melibatkan:

a. Edukasi tentang *digital marketing* UMKM dengan menggunakan *WhatsApp Group* sebagai media diskusi awal sebelum memulai pelatihan menggunakan aplikasi *e-commerce* dengan materi yang disampaikan yaitu Apa itu digital marketing, Jenis-jenis digital marketing, Kelebihan digital marketing, Pengertian *e-commerce*, Cara memulai digital marketing menggunakan *e-commerce*

b. Pelatihan *digital marketing* ini yang menggunakan aplikasi shopee dan tokopedia bertujuan untuk memberikan keterampilan atau kemampuan dalam mempermudah pemasaran dengan cakupan yang luas dengan menggunakan media google meeting bersama peserta dan pelatihan yang disampaikan yaitu sebagai berikut:

- Apakah anda paham cara mendaftar akun aplikasi *e-commerce* (shopee dan tokopedia)?
- Apakah anda mengetahui cara memposting barang?
- Apakah anda paham cara menerima pembelian di shopee
- Apakah anda paham mengenai retur barang di shoppe dan tokopedia?
- Apakah anda paham cara menaikkan ranting toko di shopee dan tokopedia?
- Apakah anda paham cara mengklaim pendapatan hasil penjualan di shopee dan tokopedia?

3. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Berdasarkan metode yang dilaksanakan, pengabdian ini akan dilakukan dengan cara pelatihan. Pelatihan akan dimulai dengan edukasi mengenai *digital marketing* dan kemudian dilanjutkan dengan pelatihan *digital marketing*. Pelatihan ini akan dilakukan dengan cara *daring* dengan mitra pelaku UMKM di Perumahan Sukaraya Indah RT 002 Kecamatan Karang Bahagia, Desa Sukaraya, Kab. Bekasi.

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan akan dilakukan melalui daring dengan menggunakan *WhatsApp Group* dan *google meet*. Dengan mitra pelaku UMKM di Perumahan Sukaraya Indah RT 002 Kecamatan Karang Bahagia, Desa Sukaraya, Kab. Bekasi

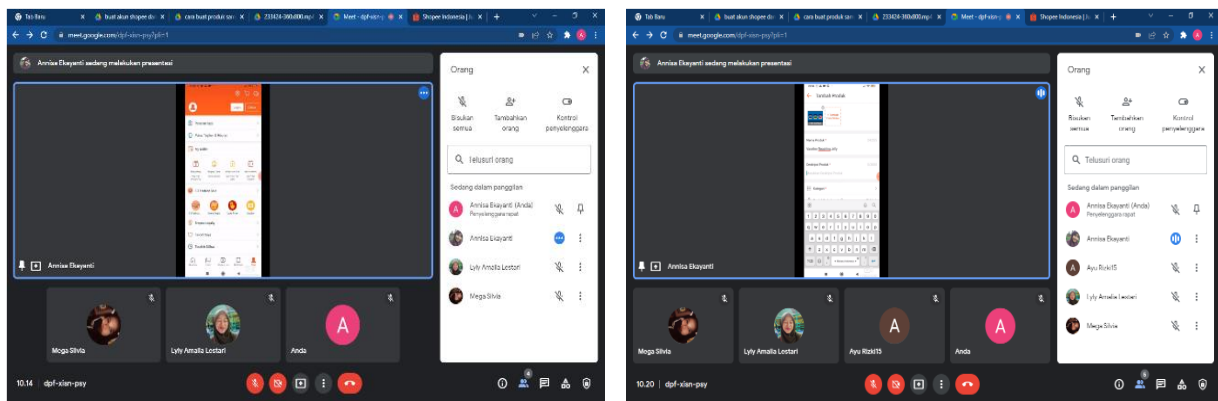
Tabel 1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

NO	Kegiatan	Rencana Pelaksanaan	Lokasi
1.	Penyebaran Pamflet terkait Program pelatihan	17 Februari 2022	Warga sekitar RT 002 Perumahan Sukaraya Indah
2.	Sosialisasi/edukasi tentang pelatihan digital marketing menggunakan <i>e-commerce</i> menggunakan video edukasi ke peserta melalui <i>WhatsApp Group</i>	23 Februari 2022	
3.	Pelatihan penggunaan Aplikasi Shopee dan Tokopedia melalui <i>Google meeting</i>	26 Februari 2022 dan 3 Maret 2022	
4.	Impelementasi penggunaan aplikasi Shopee dan Tokopedia sampai ke penjualan	23 Februari 2022	
5.	Evaluasi hasil sebelum dan sesudah pelatihan	12 Maret 2022	

3.2 Hasil Pelaksanaan Program

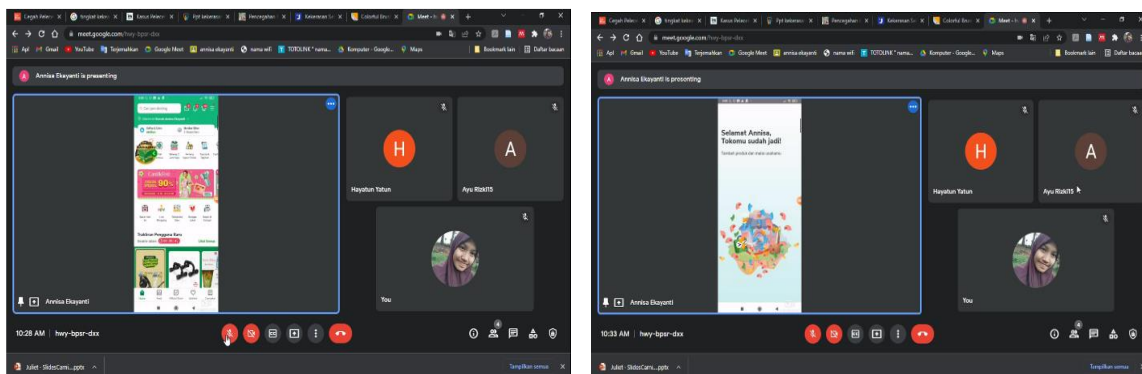
Program pertama (program rumpun ilmu) yaitu program dengan tema Pelatihan *Digital Marketing* menggunakan aplikasi Shopee dan tokopedia dengan nama programnya yang berjudul yaitu Literasi Digital Pada *Online Training Marketing Dalam E-Commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM* yaitu memberikan edukasi dan pelatihan menggunakan aplikasi Shopee dan tokopedia. Dalam pelaksanaannya program rumpun ilmu ini dilakukan secara *online*. Didalam program rumpun ilmu ini meliputi 3 tahapan kegiatan. Sebelum memulai pelatihan saya menyebarkan pamflet dengan media *WhatsApp*, membuat *WhatsApp Group* untuk peserta dan Sebelum memulai diskusi dan pelatihan biasanya saya selalu memberitahu ke peserta pada H-1 sebelum pelaksanaan.

Kegiatan pertama yang dilaksanakan pada 23 Februari 2022 yaitu kegiatan memberikan video edukasi singkat tentang digital marketing dan diskusi dengan peserta terkait digital marketing menggunakan media *WhatsApp Group*. Kegiatan kedua yang dilaksanakan 26 Februari 2022 yaitu pelatihan aplikasi Shopee menggunakan media *Google Meeting* bersama peserta pelatihan.



Gambar 1. Pelatihan menggunakan aplikasi Shopee dengan media *google meeting*

Kegiatan ketiga yang dilaksanakan pada 3 Maret 2022 yaitu pelatihan aplikasi Tokopedia menggunakan media *Google Meeting* bersama peserta pelatihan.



Gambar 2. Pelatihan menggunakan aplikasi Tokopedia

4. Kesimpulan dan Saran

Dampak dari program tersebut yaitu pelatihan digital marketing masyarakat dapat mengetahui apa itu digital marketing serta yang bisa didapat ketika menggunakan aplikasi digital marketing. Masyarakat bisa mulai menggunakan aplikasi digital yaitu Instagram bisnis. Kekurangan selama kegiatan adalah kualitas sinyal yang mengganggu jalannya proses kegiatan sehingga memakan waktu.

Daftar Pustaka

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran "Waroenk Ora Umum" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Amri, A. (2020). Pengaruh Periklanan Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Indonesia di Masa PAndemi. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Armianto, A. (2022). *Kuisoner pelatihan digital marketing*. https://docs.google.com/forms/d/1YjAcSradDj9iA0na4xPXOob484v3gnv_hX XFmmGK1VY/edit#responses
- Basri, H., Putra, P., Supratno, S., Irham, I., Rofieq, A., Rusham, R., Chairunnisa, N. M., & Shabah, M. A. A. (2022). BUKU PANDUAN KULIAH KERJA NYATA (KKN) ERA COVID-19 PERIODE SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022. BUKU PANDUAN KULIAH KERJA NYATA (KKN), 1–71.
- Chairunnisa, N. M., Cahyati, A. D., & Nurhidayah, S. (2021). Penerapan Digital Marketing dan Pelatihan Pijat pada KUBEPENDA. *Jurnal Puruhita*, 3(1), 38–41. <https://doi.org/10.15294/puruhita.v3i1.53062>
- Fadhilah, N. A., Putra, P., Rahmawati, R., & Basri, H. (2021). OPTIMALISASI UMKM DALAM PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19 DI LINGKUNGAN KECAMATAN CIBITUNG, KABUPATEN BEKASI. *DEVOSI*, 2(2), 26–30.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Novita, I. (2021). *No Title*. 11 Februari. <https://www.republika.co.id/berita/qoc4y5383/studi-87-persen-umkm-di-indonesia-belum-terdigitalisasi>
- Putra, P. & Silviana. (2017). Model Aida Sebagai Strategi Pemasaran Bagi Nasabah Mengambang Perbankan Syariah (Survei Masyarakat Di Kota. *Jurnal Organisasi Manajemen*, 13(1), 10–21.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- 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. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>