



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 2, Tahun 2024, pp 316-321
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Peningkatan Penjualan Dengan *Platform E-Commerce Tokopedia* Pada UMKM

**Maria Septijantini Alie¹, Umar Bakti², Hasbullah³, Yudhinanto⁴, Tifani Heriyanto⁵,
Nadia Anisa⁶**

Fakultas Bisnis, Universitas Mitra, Indonesia

Email: maria_alie@umitra.ac.id, umarbakti@umitra.ac.id, hasbullah@umitra.ac.id, yudhi@umitra.ac.id
, tiffany.student@umitra.ac.id , nadianisa.student@umitra.ac.id

Abstrak

E-commerce telah terbukti menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk UMKM. Dengan memanfaatkan platform e-commerce seperti Tokopedia, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan. Pelatihan yang difokuskan pada penggunaan Tokopedia bertujuan untuk membekali UMKM dengan keterampilan yang diperlukan dalam berjualan secara daring, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk mereka. Proses pelaksanaan pelatihan ini melibatkan tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pembuatan akun Tokopedia UMKM Tapis Alif merupakan contoh nyata dari penerapan pelatihan ini, di mana UMKM dapat dengan mudah mempromosikan dan memasarkan produknya melalui platform digital.

Kata Kunci: *E-Commerce, Tokopedia, Umkm.*

Abstract

E-commerce has proven to be an effective solution in increasing sales of MSME products. By utilizing e-commerce platforms such as Tokopedia, MSME players can reach a wider market and increase income. The training, which focuses on using Tokopedia, aims to equip MSMEs with the skills needed to sell online, so that they can increase the competitiveness of their products. The process of implementing this training involves three main stages, namely the preparation, implementation and evaluation stages. Creating a Tokopedia UMKM Tapis Alif account is a concrete example of the application of this training, where MSMEs can easily promote and market their products via digital platforms.

Keywords: *E-Commerce, Tokopedia, MSME*

PENDAHULUAN

Pemerintah di berbagai tempat berlomba-lomba meningkatkan potensi daerah untuk mendorong pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan mengembangkan sektor-sektor kreatif yang memiliki potensi signifikan untuk ditingkatkan dan dikembangkan. Industri kreatif tidak hanya meningkatkan PAD tetapi juga memiliki kapasitas untuk mempekerjakan tenaga kerja yang cukup besar, sehingga meningkatkan taraf hidup masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang dapat memberikan pengaruh

positif, berfungsi sebagai komponen fundamental ekonomi produktif dan mendorong kemajuan ekonomi Indonesia dalam beberapa tahun terakhir.

Dengan dukungan yang memadai, UMKM dapat berinovasi, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat ekonomi lokal dan nasional. Kemajuan industri kreatif melalui UMKM diharapkan menjadi alternatif yang layak untuk mencapai tujuan ekonomi berkelanjutan yang lebih baik. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berfungsi sebagai landasan utama pertumbuhan ekonomi nasional, yang menunjukkan ketahanan dalam menghadapi kesulitan ekonomi. Platform e-commerce telah muncul sebagai alat utama bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara internasional dan menargetkan ceruk konsumen yang lebih terspesialisasi. Survei DSInnovate mengindikasikan bahwa sebanyak 49% UMKM telah memanfaatkan platform e-commerce sebagai saluran penjualan online.

E-commerce merupakan teknik yang digunakan untuk memasarkan barang di internet. Transaksi e-commerce dapat dilakukan melalui situs web atau aplikasi, dengan memanfaatkan internet untuk memungkinkan pembelian barang dan jasa. Hal ini memungkinkan produk lokal untuk dikenal secara global dan mendukung pertumbuhan perekonomian domestik (Fitriyadi, 2019). *E-commerce* juga berperan penting dalam menyediakan informasi pasar dan membangun komunitas berbasis bisnis. Kehadiran e-commerce di Indonesia memberikan dukungan bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mempromosikan produk dan jasa mereka, sekaligus memperluas akses pasar ke berbagai daerah. E-commerce merupakan bagian dari e-business yang fokus pada kegiatan jual-beli barang dan jasa secara daring. Dengan adanya e-commerce, proses transaksi jual beli menjadi lebih mudah, karena konsumen tidak perlu datang langsung ke lokasi fisik untuk berbelanja (Shaliha et al., 2023).

E-commerce memudahkan penghematan waktu bagi pedagang dan pelanggan, meningkatkan efisiensi proses transaksi. Selain itu, e-commerce memungkinkan pedagang untuk mendapatkan data klien yang akurat, memudahkan pemahaman preferensi konsumen dalam memperoleh barang dan pelaksanaan promosi yang ditargetkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. (Irmawati, 2011). *E-Commerce* beroperasi sepanjang waktu, memungkinkan orang untuk segera terlibat dalam belanja daring hanya dengan menghubungkan perangkat mereka ke internet (Jamaludin et al., 2015). *E-commerce* menjadi salah satu metode yang tepat untuk meningkatkan penjualan barang-barang UMKM. Platform e-commerce menyediakan layanan penjualan yang memungkinkan para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka. Hal ini memengaruhi perluasan jangkauan pemasaran, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan seiring dengan permintaan konsumen yang terus meningkat, yang mendorong para pedagang untuk mengembangkan penawaran produk mereka (Sunarti et al., 2019).

Fitur yang ditawarkan oleh Shopee, Tokopedia, Lazada, dan sejenisnya adalah salah satu elemen penting dari aplikasi *e-commerce* yang memungkinkan oleh konsumen untuk melakukan pemesanan barang. Para pelaku usaha yang terdaftar sebagai merchant di aplikasi e-commerce tersebut hanya perlu fokus pada kegiatan jual beli dan melayani pesanan dari pembeli. Sementara itu, semua aspek pengelolaan situs dan hal-hal terkait lainnya menjadi tanggung jawab pemilik platform jual beli online tersebut. Dengan demikian, dunia e-commerce memberikan peluang yang luas bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan mereka.

Salah satu UMKM yang dapat diangkat di daerah Negeri Sakti adalah "Tapis Alif." UMKM ini saat ini memiliki 10 karyawan yang bertugas memproduksi kain sarung tapis, dompet tapis, dan kopyah tapis. Namun, strategi promosi yang diadopsi untuk memasarkan produk-produk mereka sangat lemah, bahkan bisa dikatakan hampir tidak ada promosi sama sekali, karena barang-barang tersebut langsung dipasarkan setelah proses produksi selesai. Model penjualan yang diterapkan adalah dengan menyetorkan produk secara langsung ke pasar-pasar lokal, seperti di Gedong Tataan dan Bandar Lampung. Kondisi ini bisa menjadi peluang sekaligus tantangan bagi UMKM "Tapis Alif." Tantangan muncul karena adanya banyak pesaing dari daerah sekitarnya. Oleh karena itu, selain menjaga kualitas produk, sangat penting bagi mereka untuk menghadirkan ciri khas tertentu pada produk yang dihasilkan agar dapat meningkatkan tingkat penjualan.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan oleh tim dengan para pelaku UMKM "Tapis Alif," ditemukan beberapa permasalahan yang mereka hadapi. Salah satu cara yang digunakan adalah pendekatan pemasaran tradisional dengan menempatkan produk di toko-toko perajin Batik Lampung dan menunggu pesanan klien. Akibatnya, penjualan mereka hanya dapat memenuhi permintaan pasar lokal di Kota Bandar Lampung dan sekitarnya. Keadaan ini berdampak pada omzet penjualan dan profitabilitas, yang umumnya masih rendah, di samping tidak adanya katalog produk Batik Lampung yang dikeluarkan oleh kedua mitra, sehingga dokumentasi produk yang diproduksi tidak memadai.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dosen dari Fakultas Bisnis Universitas Mitra Indonesia melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan sosialisasi tentang penggunaan platform e-commerce seperti TokoPedia. Hal ini diharapkan dapat membantu UMKM "Tapis Alif" untuk lebih efektif dalam mempromosikan dan menjual produk mereka ke pasar luar kota, sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka.

METODE

Mengacu pada tantangan yang ada saat ini, kegiatan ini akan dilaksanakan melalui metode pelatihan agar tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dapat tercapai. Sesi ini akan mencakup penjelasan dan demonstrasi tentang cara menggunakan salah satu platform marketplace terkemuka, Tokopedia. Tujuan utama pelatihan ini adalah untuk memberikan panduan yang komprehensif kepada peserta mengenai cara memanfaatkan Tokopedia untuk membangun toko online dan memperluas jangkauan pasar secara daring. Pelaksanaan kegiatan ini akan terbagi menjadi tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Tahap Pendahuluan

Tahap pendahuluan ini diawali dengan kegiatan survei untuk mengumpulkan data primer mengenai kondisi lingkungan dan subjek. kemudian dianalisis untuk merumuskan desain kegiatan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sebagai tahap akhir dari tahap persiapan, tim merancang materi presentasi yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan, tim pelaksana menciptakan suasana belajar yang interaktif dengan melibatkan peserta secara aktif. Selain penyampaian materi, sesi tanya jawab dan diskusi kelompok juga diadakan untuk memfasilitasi peserta dalam memahami materi pelatihan. Praktik langsung dalam membuat toko online di Tokopedia menjadi bagian penting dari pelatihan ini, sehingga peserta dapat langsung menerapkan ilmu yang diperoleh.

3. Evaluasi

Evaluasi tidak hanya berfokus pada hasil jangka pendek, tetapi juga pada keberlanjutan kegiatan pemasaran melalui Tokopedia. Tim pelaksana akan melakukan pemantauan secara berkala untuk melihat sejauh mana peserta mampu mempertahankan dan mengembangkan bisnis online mereka.

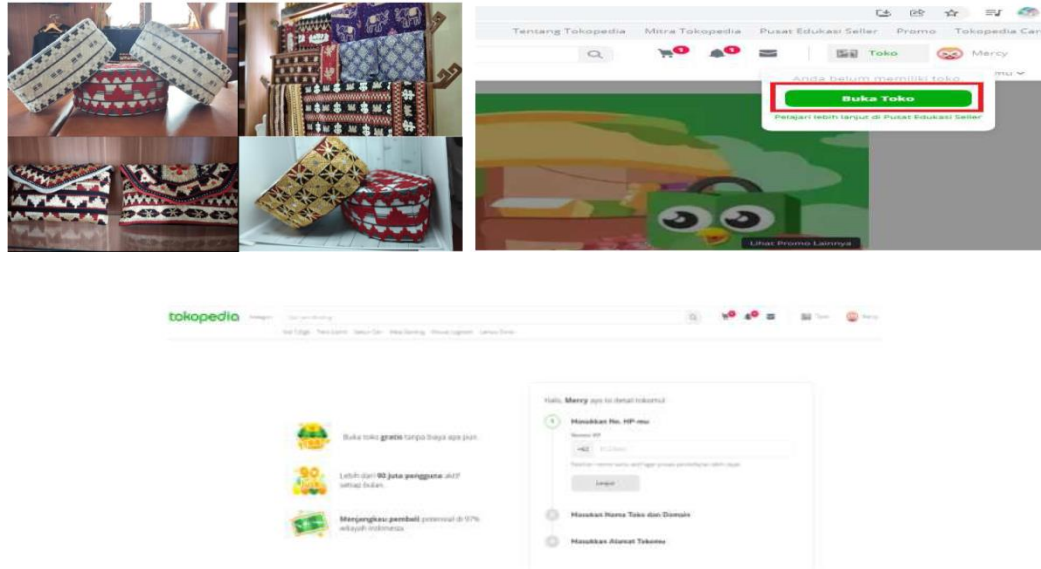
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Negeri Sakti terhitung sejak tanggal 01 Juli 2023. Fokus utama kegiatan ini adalah pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di desa tersebut. Melalui kajian mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diharapkan dapat ditemukan solusi inovatif yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai e-commerce, khususnya dalam pemanfaatan platform Tokopedia. Melalui pelatihan pemasaran dan transaksi online, diharapkan dapat memberdayakan ekonomi keluarga. Pelaksanaan kegiatan ini terbagi dalam tiga tahap, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap awal, tim melakukan survei lapangan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan karakteristik peserta. Hasil survei ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam merancang kegiatan yang relevan dan efektif. Selanjutnya, tim menyiapkan materi presentasi dan segala sumber daya yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan pelatihan.

Pelatihan dilaksanakan dalam satu hari penuh dengan melibatkan seluruh pemilik dan karyawan UMKM Tapis Alif sebagai peserta. Metode pembelajaran yang digunakan adalah kombinasi antara presentasi PowerPoint dan praktik langsung pembuatan toko online di platform Tokopedia. Antusiasme peserta sangat tinggi, terbukti dari keberhasilan mereka dalam membuat akun toko online dan mengunggah produk dalam waktu yang singkat.

Sebagai platform e-commerce terkemuka, Tokopedia menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Tokopedia, UMKM Tapis Alif dapat meningkatkan visibilitas produknya, menjangkau pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan.



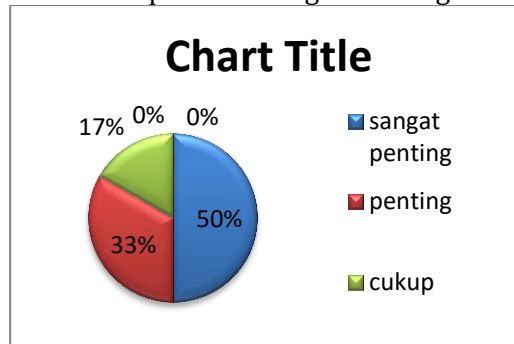
Gambar1 platform tokopedia

Sebagai platform e-commerce terkemuka, Tokopedia dipilih sebagai media pemasaran produk tapis karena kemampuannya menjangkau pasar yang luas. Proses pendaftaran di Tokopedia relatif mudah, sehingga peserta pelatihan dapat dengan cepat membuat akun toko online dan mulai memasarkan produknya. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh Tokopedia juga sangat mendukung kegiatan promosi dan penjualan produk. Pembuatan akun Tokopedia untuk UMKM Tapis Alif berfungsi sebagai alat pemasaran dan promosi untuk produk UMKM Tapis Alif. Dengan adanya akun Tokopedia ini, pemilik UMKM dapat lebih mudah mempromosikan dan memasarkan produknya kepada masyarakat melalui pemanfaatan teknologi yang tersedia. Pengguna dapat memasarkan produknya dengan mengisi informasi terkait produk yang ingin dipromosikan. Setelah semua data diisi, produk dari UMKM akan muncul di halaman Home. Setelah itu, pengguna hanya perlu menunggu pesanan dari pembeli. Jika pelanggan tertarik dengan produk yang ditawarkan, mereka dapat melakukan pemesanan dengan memilih produk yang ingin dibeli, menambahkannya ke keranjang, dan kemudian menyelesaikan transaksi pembelian. Berikut ini adalah tampilan akun Tokopedia untuk UMKM Tapis Alif:



Berikut umpan balik kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di UMKM Tapis Alif

Tabel 1 Umpan Balik Kegiatan Pengabdian



Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian yang ditunjukkan pada Gambar diatas menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan di UMKM tapis Alif sangat penting bagi masyarakat sekitar. Hal ini terlihat pada hasil *feedback* yang diperoleh dari akhir kegiatan. Sebanyak 50% peserta menganggap sangat penting kegiatan yang dilaksanakan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas UMKM di daerah tersebut dan sebanyak 33% peserta yang menganggap penting kegiatan pengabdian tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan sudah sesuai dengan kebutuhan Umkm tapis alif Kesesuaian materi yang diberikan diharapkan dapat berlanjut untuk kegiatan pengabdian jangka Panjang, agar terjadinya keberlanjutan untuk meningkatkan potensi yang ada dan dapat meningkatkan penjualan produk tapis alif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan platform e-commerce Tokopedia telah memberikan dampak positif bagi peningkatan promosi dan penjualan produk UMKM Tapis Alif. Pelatihan ini berhasil membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan transaksi jual beli secara online, serta mempermudah interaksi antara penjual dan pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada Universitas Mitra Indonesia, UMKM Tapis Alif, dan seluruh anggota tim atas kerjasama dan dedikasinya dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dukungan yang diberikan telah memotivasi kami untuk terus berkarya dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan e-commerce dalam pembelajaran manajemen usaha kecil dan menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.67>

- Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan dan pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran produk UMKM di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi penggunaan online shop berbasis website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri*, 1(1).
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Muchbarak, A., Angelia, R., & Bramantia, A. C. (2018). Pemanfaatan website olx.co.id dalam hal membuka peluang masyarakat RW 09 Pela Mampang untuk mendapatkan penghasilan dengan bertransaksi online. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(02), 81–86.
- Nurmaya, K., Kurnianingsih, I., Rosini, & Diana, N. E. (2017). IBM pelatihan decoupage dan e-commerce untuk meningkatkan ekonomi ibu rumah tangga. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M) 2017*, 160–165. <http://snp2m2017.poliupg.ac.id/prosiding-snp2m2017>
- Pramadyanto, M. R. (2022). Pemanfaatan digital marketing dalam membangun brand awareness brand fashion streetwear Urbain Inc. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(1), 69–92. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.16841>