

Pelatihan Pemanfaatan Toko *Online* Sebagai Media Pemasaran Produk pada UKM Saka Gemilang

¹ I Made Darma Susila, ² Muhammad Riza Hilmi, ³ I Putu Arya Suita Darma

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Email: ¹darma_s@stikom-bali.ac.id, ²riza@stikom-bali.ac.id, ³darmaarya18@yahoo.com

ABSTRAK

Industri furniture interior merupakan usaha yang menjadi trend dan dinikmati di kawasan pariwisata khususnya area Bali. Furniture interior mengedepankan kesan kenyamanan, kualitas tampilan yang tinggi, dan diproduksi secara semi otomatis. UKM Saka Gemilang merupakan UKM yang sudah cukup lama berkecimpung dalam produksi furniture interior yaitu sejak tahun 1993. Sejalan dengan usahanya, UKM ini terkadang mengalami penurunan penjualan. Hal ini disebabkan karena proses penjualan yang saat ini dilakukan masih belum optimal, yaitu dilakukan secara *door-to-door* ke lokasi seperti perkantoran, villa, hotel dan restoran dengan menunjukkan buku list produk. Sehingga dalam hal ini proses produksi dan jumlah produksi dari UKM sangat tergantung dari hasil pemasaran yang saat ini dilakukan. Untuk menangani permasalahan penjualan produk UKM, maka diusulkan kegiatan pelatihan pemanfaatan pelatihan pemanfaatan toko *online* yaitu OLX dan tokopedia yang digunakan sebagai media pemasaran. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pemanfaatan toko *online* dengan harapan bahwa penjualan produk dapat meningkat. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan cara pengukuran kemampuan mitra dalam menggunakan aplikasi dengan mengikuti sepuluh skenario yang telah ditentukan. Hasil pengukuran sebesar 80 % yang artinya mitra sudah bisa mengoperasikan aplikasi Olx dan tokopedia.

Kata kunci : toko *online*, Furniture interior, pemasaran.

ABSTRACT

The interior furniture industry is a trendy business and is enjoyed in the tourism area, especially in the Bali area. Interior furniture emphasizes the impression of comfort, high-quality display and is produced in a semi automatic. UKM Saka Gemilang is a UKM that has been in the interior furniture production for quite a long time since 1993. In line with its business, this UKM has experienced a decline in sales. This condition caused by the sales process is not optimal, carried out door-to-door to locations such as offices, villas, hotels, and restaurants by showing a product list book. So, in this case, the production process and the amount of production from UKM is very dependent on the marketing results that are currently carried out. To solving the problem, it is suggested that training activities on the utilization of online store utilization training, OLX and Tokopedia, be used as marketing media. Evaluation of activities is done by measuring the ability of partners in using the application by following ten predetermined scenarios. Evaluation of activities is done by measuring the ability of partners in using the application by following ten predetermined scenarios. The measurement results is 80%, which means partners can already operate the Olx and Tokopedia applications.

Key words: online shop, interior furniture, marketing

PENDAHULUAN

Furniture merupakan industri yang cukup diminati khususnya di Bali. Furniture merupakan salah satu kelengkapan di industri perhotelan atau penginapan, villa, restoran hingga kelengkapan pada rumah pribadi. Furniture yang digunakan di kawasan perhotelan ataupun restoran merupakan jenis furniture interior yang memiliki kelas tersendiri yang mengedepankan kualitas, dan kenyamanan. Di Bali, seiring dengan berkembangnya sektor pariwisata yaitu perhotelan, restoran dan villa, membawa dampak yang signifikan terhadap tumbuhnya industri lokal furniture interior. Bagi pelaku usaha, hal ini menciptakan daya saing yang sangat kompetitif dan memerlukan teknik pemasaran yang tepat dalam proses pemasaran produknya. Di sebagian usaha industri furniture teknik pemasaran konvensional, yaitu dengan membawa price list ke hotel atau ke villa dirasa tidak efektif dan menimbulkan cost yang tinggi.

UKM Saka Gemilang merupakan UKM yang dijadikan mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat. UKM Saka Gemilang merupakan usaha yang bergerak di industri furniture jenis interior dan telah memulai usahanya sejak tahun 1993. UKM ini memiliki tempat usaha di Jl. Nakula no 21 Dangin Puri Kauh, Denpasar, Bali dan proses produksi dilakukan di rumah sendiri.

UKM Saka Gemilang memiliki jenis produksi seperti matras, payung stand, bantalan, sofa, basket, safety pool, bean bag, upper lamp dan laundry bag. Dalam proses produksi, UKM mempekerjakan 5 – 7 pekerja dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi seperti mesin jahit, komputer yang digunakan untuk design, mesin obras, peralatan pertukangan dan dikerjakan semi mesin. Proses produksi meliputi bagian pemotongan bahan dasar, pendesain, penjahit, pekerja serabutan dalam produksi sofa dan pekerja pengiriman. Bahan produksi didapatkan

dari Bali dan khusus untuk produksi payung stand dalam ukuran besar, bahan didatangkan dari Jawa Timur.



Gambar 1 Produk UKM Saka Gemilang

Untuk proses penjualan, produk matras pool dijual dengan kisaran harga Rp. 750.000 s/d Rp. 1.650.000, payung dengan harga Rp. 1.250.000 s/d 2.500.000, bantalan berkisar Rp. 35.000 s/d 125.000, sofa berkisar Rp. 1.500.000 s/d Rp. 5.000.000, upper lamp Rp. 350.000 s/d Rp. 475.000, safety ring pool Rp. 200.000 s/d 400.000 dan aneka bag (bean bag, basket laundry bag) berkisar Rp. 150.000 s/d 450.000. Selain proses produksi, UKM Saka Gemilang juga bergerak dipenjualan jasa, yaitu menerima service perbaikan dari produk furniture sejenis. Dalam proses produksi, UKM Saka Gemilang mampu memproduksi dalam satu bulan adalah matras pool 20 biji, payung 15 buah, bantalan 25, sofa 1 buah, upper lamp 20-30 buah, aneka bag sejumlah 50 – 150 buah.

Dalam proses pemasaran, pemilik usaha melakukan pemasaran secara konvensional yaitu dengan teknik *door-to-door*, yaitu dengan mendatangi sebuah hotel, villa maupun restoran hingga ke perkantoran. Hal ini dirasa belum efektif dan menimbulkan biaya transportasi.

Terkait dengan permasalahan pada UKM, maka dilakukan analisis permasalahan dan solusi yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran masih manual dan konvensional (<i>door-to-door</i>) • Pemasaran yg bersifat konvensional menimbulkan biaya transportasi 	Peningkatan teknik pemasaran melalui pemanfaatan toko <i>online</i> .
2	Penjualan	Pemesanan dan penjualan melalui aplikasi chat.	Peningkatan teknik penjualan yang melalui pemanfaatan toko <i>online</i> .
3	Kompetensi SDM (Sumber Daya Manusia)	Keterbatasan pengetahuan SDM dalam menggunakan aplikasi berbasis teknologi informasi (toko <i>online</i>)	Pelatihan pemanfaatan toko <i>online</i> sebagai media pemasaran dan penjualan produk UKM.

RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang dihadapi oleh Saka Gemilang dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah :

- Permasalahan pada UKM Saka Gemilang adalah masalah pemasaran dan penjualan. Dimana pemasaran dan penjualan dilakukan masih secara konvensional dan manual, yaitu dengan teknik *door-to-door* dengan menawarkan buku list produk ke perkantoran, hotel, villa dan restoran. Disisi lain pemesanan produk dan penjualan dilakukan melalui aplikasi *chat*. Teknik ini dirasa tidak efektif dan menimbulkan biaya baru bagi operasional usaha yaitu masalah biaya transportasi. Plang nama usaha juga tidak terpasang dalam rumah produksi, sehingga produksi hanya dilakukan berdasarkan pemesanan saja.
- Pekerja dan pemilik usaha sudah mengenal pemanfaatan aplikasi *online* berbasis *chatting*, namun penggunaan *chatting* adalah sebatas akun personal dan tidak terarsip dengan baik. Pemilik

usaha belum memiliki pengetahuan untuk menggunakan toko *online*.

METODE

Dalam bisnis diperlukan teknik strategi untuk mengeksploitasi sesuatu yang berbeda (David, 2010). Pemasaran menciptakan hubungan yang menguntungkan (Amstrong G, 2008). Kemajuan teknologi internet dapat mempermudah pemakainya untuk berkomunikasi serta memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan cepat dan akurat (Rudy, 2008) (Florentina, 2009). Internet juga yang merevolusi praktek marketing, yang berpotensi menghubungkan antara konsumen dan penjual dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya (ChaffeyDave, 2009). Untuk meningkatkan service ke konsumen maka diperlukan sebuah perbuatan, upaya atau kinerja (Hoffman, 2006). Untuk meningkatkan service diperlukan sebuah metode yaitu internet marketing yaitu kegiatan marketing dengan bantuan teknologi informasi (Hoffman , 2016) (Strauss, 2009). Dalam bisnis internet marketing memiliki beberapa fungsi yaitu yaitu sebagai sumber komunikasi, sebagai sumber transaksi dan sebagai sumber distribusi (Dehkordi, 2012). Oleh karena itu internet marketing akan dimanfaatkan dalam kegiatan ini dengan pemanfaatan Olx dan Tokopedia.

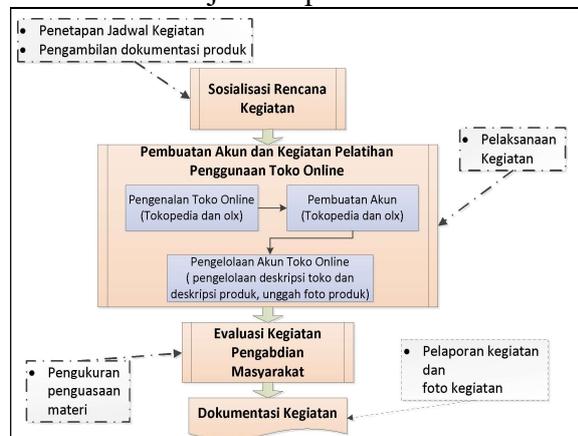
Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah **Pelatihan**: dimana dilakukan pelatihan penggunaan toko *online* untuk memasarkan dan menjual produk dari UKM Saka Gemilang. Selain metode pelatihan, pada kegiatan pengabdian yang dilakukan juga menggunakan metode **Substitusi Ipteks**: dimana kegiatan pengabdian menawarkan ipteks baru yang lebih modern dan efisien daripada ipteks lama. Ipteks yang dimaksud adalah kepemilikan akun toko *online*, dan mengimplementasikan penggunaannya bagi UKM Saka Gemilang. Melalui toko *online*, UKM dapat memasarkan, menjual dan

bertransaksi secara terbuka (*online*) dengan pembeli tanpa memandang lokasi pembeli, sehingga tidak menambah biaya transportasi dalam hal pemasaran jika dibandingkan dengan pemasaran yang bersifat konvensional.

PEMBAHASAN

A. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada UKM Saka Gemilang.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, memiliki alur pelaksanaan kegiatan. Adapun alur kegiatan yang dimaksud ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Alur Pelaksanaan Kegiatan

a. Sosialisasi dan Observasi UKM

Sosialisasi rencana kegiatan dilakukan oleh tim pelaksana ke UKM untuk menentukan tanggal dan waktu pelaksanaan serta teknis pelaksanaan kegiatan. Pada saat sosialisasi, disepakati untuk pelaksanaan pada hari Sabtu tanggal 18 Januari 2020 pada pukul 10:00 AM.

b. Kegiatan Pengabdian Masyarakat : Pembuatan Akun dan Kegiatan Pelatihan Penggunaan Toko Online.

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UKM Saka Gemilang terdiri dari 3 kegiatan utama yaitu : pengenalan toko *online*, pembuatan akun dan pengelolaan akun toko *online*. Pada kegiatan pengenalan toko *online*, peserta (UKM Saka Gemilang) diberikan informasi mengenai toko *online* dan pemanfaatannya pada

pemasaran secara *online*. Toko *online* yang dikenalkan secara adalah Tokopedia dan olx. Pada kegiatan pembuatan akun, UKM Saka Gemilang dibuatkan akun pada toko *online* Tokopedia dan olx. Akun ini diberikan kepada pengguna dari UKM yaitu pemilik dari UKM Gemilang. Pada kegiatan pengelolaan akun toko *online*, UKM akan di berikan materi pengelolaan konten toko *online*. Pengelolaan konten toko *online* yang dimaksud adalah pengelolaan deskripsi toko (deskripsi UKM Saka Gemilang), deskripsi produk (menjelaskan deskripsi produk yang dihasilkan oleh UKM) dan pengelolaan foto produk (unggah dokumen berupa foto produk dari UKM).

c. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan saat pelaksanaan kegiatan pengabdian akan berakhir. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuisisioner penilaian kegiatan. Keberhasilan dari kegiatan dengan menilai kemampuan pemilik atau anggota pada UKM untuk mengelola akun toko *online*. Selain kuisisioner kegiatan, kami juga melakukan evaluasi terhadap akun toko *online* dalam hal riwayat penggunaan sistem. Keberhasilan pencapaian kegiatan adalah UKM mampu untuk menggunakan, mengimplementasikan, dan secara intens melakukan pembaharuan informasi dan mengelola konten dengan baik pada akun toko *online*.

d. Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi yang dilakukan pada tahap akhir adalah proses pembuatan laporan kegiatan dan foto kegiatan selama kegiatan berlangsung.

B. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian mengacu pada jadwal pelaksanaan yang telah disepakati oleh pelaksana dan UKM Saka Gemilang. Jadwal pelaksanaan kegiatan ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan

No	Tanggal	Acara	Durasi
1.	16 Oktober 2019	Sosialisasi kegiatan dan analisa situasi keadaan di UKM Saka Gemilang	90 Menit
2.	29 Nopember 2019	Sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat berupa informasi rencana kegiatan	60 Menit
3.	18 Januari 2020	Pelaksanaan Pelatihan Kegiatan Pengabdian Masyarakat <ul style="list-style-type: none"> • Acara Pembukaan kegiatan (non formal) 5 Menit • Pengenalan Toko Online (olx dan Tokopedia). 30 menit • Pembuatan akun toko online. 30 menit • Pelatihan pengelolaan konten toko online 100 menit • Evaluasi Kegiatan 20 menit • Penutupan kegiatan (non formal) 5 menit 	

C. Uraian Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 18 Januari 2020. Pelaksanaan pengabdian masyarakat di rumah pemilik UKM Saka Gemilang, dimana yang hadir adalah pemilik UKM, ketua pelaksana kegiatan pengabdian, anggota pelaksana pengabdian dan mahasiswa. Kegiatan yang dilakukan antara lain :

- Acara Pembukaan
Acara pembukaan kegiatan dilakukan secara non-formal yang dibuka oleh ketua pengusul sekaligus ketua pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat. Acara pembukaan berlangsung 5 menit
- Kegiatan Pelatihan Penggunaan Akun Toko Online
Kegiatan pelatihan dilakukan diawali dengan pengenalan dasar toko online, pemanfaatannya dan beberapa jenis toko online yang umum dikenal oleh masyarakat. Pengenalan toko online yang diberikan adalah toko online Tokopedia dan olx. Pengenalan toko online tokopedia dan olx diberikan kepada UKM saka Gemilang karena mudah digunakan dan sudah sering didengar oleh pemilik UKM. Setelah

adanya pengenalan toko online Tokopedia dan olx, peserta kemudian dibuatkan akun toko online. Pembuatan toko online dilakukan bersama peserta dan pelaksana kegiatan. Akun yang dibuat, disinkronisasi ke smartpone pemilik UKM agar setiap notifikasi terkait toko online UKM diberitahukan ke pemilik UKM melalui sistem notifikasi. Setelah pembuatan akun, dilanjutkan dengan pengelolaan konten toko online. Penggunaan toko online diawali dengan pembuatan deskripsi UKM dan legalitas UKM berupa informasi usaha dari UKM.



Gambar 2 Kegiatan Pelatihan

Kemudian dilakukan pembuatan kategori produk dalam bentuk deskripsi produk untuk setiap jenis produk usaha. Setelah itu dilanjutkan dengan mengunggah foto produk sesuai pembuatan deskripsi produk UKM. Pelatihan ini dilakukan selama 160 menit.

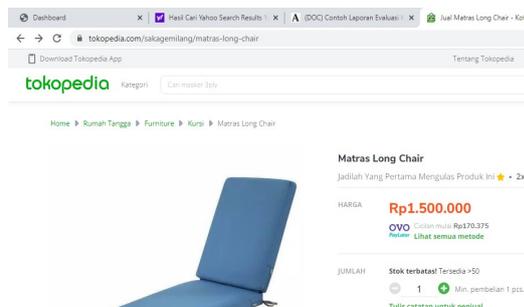
- Evaluasi Kegiatan
Evaluasi kegiatan dilakukan selama 20 menit meliputi diskusi dan tanya jawab seputar teknis pengelolaan konten toko online. Pada evaluasi, pelaksana juga mengukur kemampuan dan kecakapan peserta pelatihan dalam menerima materi yang diberikan.
- Acara Penutupan
Acara penutupan diakhiri dengan foto bersama yang diikuti oleh peserta pelatihan (UKM Saka Gemilang) dan Tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 3 Penutupan Kegiatan Pengabdian

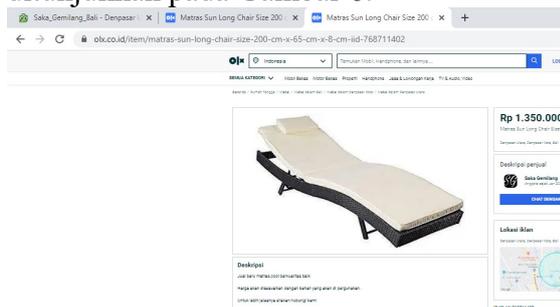
D. Akun Toko Online UKM Saka Gemilang

UKM Saka Gemilang memiliki dua akun toko online, yaitu akun toko online Tokopedia dan akun toko online Olx. Akun toko online Tokopedia ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 4 Akun Toko Online (Tokopedia) UKM Saka Gemilang

Sedangkan untuk akun toko online Olx dari UKM Saka Gemilang, ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 5 Akun Toko Online (Olx) UKM Saka Gemilang

E. Hasil Evaluasi Pelatihan

Hasil evaluasi dilakukan dengan cara melihat kemampuan mitra dalam menggunakan account olx dan tokopedia. Untuk mengukur sejauh mana mitra dalam menguasai, maka dilakukan pengukuran

dengan sepuluh skenario yang telah ditentukan. Untuk penentuan nilai dilakukan berdasarkan nilai kualifikasi seperti yang terlihat pada tabel 3.

Tabel 3. Nilai kualifikasi

Nilai	Kualifikasi
1	Sangat Kurang Baik (SKB)
2	Kurang Baik (KB)
3	Baik (B)
4	Sangat Baik (SB)

Pada table 4 terlihat dari hasil pengukuran kemampuan mitra dalam menggunakan aplikasi olx dan tokopedia. Hasil kemampuan yang di dapatkan adalah mitra menguasai aplikasi tersebut sekitar 80%. Nilai persentase tersebut menyiratkan bahwa mitra mampu mengoperasikan aplikasi olx dan tokopedia.

Tabel 4. Nilai kualifikasi

No	Evaluasi	Penilaian			
		SKB	KB	B	SB
		1	2	3	4
1	Mitra mampu menggunakan dan membuat email account				
2	Mitra mampu mengakses web olx dan tokopedia dengan baik				
3	Mitra mampu membuat /mendaftar account olx atau tokopedia				
4	Mitra mengetahui fitur-fitur yang disediakan oleh olx dan tokopedia				
5	Mitra mampu menginputkan produk dengan menggunakan fasilitas dari Olx				
6	Mitra mampu menginputkan produk dengan menggunakan fasilitas dari tokopedia				
7	Mitra mampu melakukan edit produk di olx dan tokopedia				
8	Mitra mampu melakukan hapus produk pada olx dan tokopedia				

9	Mitra mampu untuk melihat produk mitra yang dijual di olx dan tokopedia, apakah sesuai dengan hasil inputannya.				
10	Mitra mampu menangani transaksi penjualan dengan tokopedia				
Total Nilai		0	2	18	12
Total Nilai Keseluruhan (TNK)		32			
Persentase Kemampuan = (TNK/40)*100		80			

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah:

1. Peserta kegiatan pengabdian masyarakat telah memiliki pengetahuan dan memahami mengenai toko *online* dan pemanfaatannya pada pemasaran secara *online* pada toko *online* Tokopedia dan olx.
2. Peserta kegiatan mampu mengelola akun toko *online* pada Tokopedia dan olx, yaitu menambahkan atau melakukan unggahan deskripsi toko, deskripsi produk dan unggah foto produk dari UKM Saka Gemilang.
3. Evaluasi dilakukan dengan cara penukuran kemampuan mitra dengan mengikuti sepuluh scenario penilaian. Hasil yang didapatkan mitra memiliki kemampuan penguasaan aplikasi sebesar 80%.

Kegiatan berikutnya yang dapat digunakan sebagai perbaikan pada pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah adanya pelatihan pengenalan dan pemanfaatan akun toko *online* lainnya. Durasi pelatihan pada peserta yang lebih maksimal dan proses pelatihan yang lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan jurnal pengabdian ini, penulis banyak memperoleh petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan hal tersebut pada kesempatan ini penulis menyampaikan

ucapan terima kasih yang pertama pada rektor dan Institusi Akademik yaitu Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali. Kedua ucapan terimakasih disampaikan kepada Fakultas Informatika dan Komputer Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali beserta jajaran structural serta kolega yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat. Terimakasih juga disampaikan kepada semua pihak yang selalu memberikan dukungan secara langsung dan tidak langsung dalam penyelesaian jurnal pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey Dave , & Mayer Richard. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Prentice Hall/Financial Times
- David, Fred R. (2010). *Manajemen Strategis : Konsep-konsep*. Edisi ke-12. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Dehkordi, Goodarz Javadian; Rezvani, Samin; Rahman, Muhammad Sabbir; Nahid, Firoozeh Fouladivanda Neda; Jouya, Samaneh Faramarzi. (2012). *A Conceptual Study on E-Marketing and Its Operation on Firm's Promotion and Understanding Customer's Response*. Canadian Center of Science and Education. Canada.
- Florentina, Marsella. (2009). *Analisa dan perancangan E-Marketing pada Omega optik*. Binus University. Jakarta.
- Gary Armstrong, Wong Veronica, Philip Kotler, & John Saunders. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Hoffman, Douglas., Bateson, John (2006). *Service Marketing : Concepts, , & Cases*. (3rd edirion). United States of America : Thomson South Western.
- Rudy. (2008). *Perancangan E-Marketing pada PT. JEAH nutuk Memenangkan Persaingan Usaha*.

Comtech. Vol 1 No. 2 Desember
2010:477-492.

Strauss, Judy., Frost, Raymond. (2009). E-
Marketing.(5th edition). New Jersey
: Pearson Prentice Hall.