

Pelatihan Pemasaran Online dengan Memanfaatkan Market Place dan Strategi Meningkatkan Penjualan Pada Siswa SMK Pawiyatan Surabaya

Krido Eko Cahyono¹⁾, Pontjo Bambang Mahargiono²⁾, Novianto Eko Nugroho³⁾, Okto Aditya Suryawirawan⁴⁾

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Article history

Received : diisi oleh editor

Revised : diisi oleh editor

Accepted : diisi oleh editor

*Krido Eko Cahyono

(Corresponding Author)

Email :

kridoekocahyono@stiesia.ac.id

Abstrak

Dampak pandemi virus corona (covid-19) sangat terasa disegala sendi kehidupan masyarakat khususnya didunia bisnis dan perekonomian UKM. Dalam waktu yang cukup singkat, strategi pemasaran pun berubah terlebih ketika diberlakukan social distancing dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), pemasar harus putar otak untuk bisa memasarkan produk atau jasa mereka ke konsumen sebagai strategi bertahan di tengah pandemi. Para pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran online sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Tujuan dari dilakukannya Kegiatan Pengabdian Masyarakat melalui Pelatihan Pemasaran Online Dengan Memanfaatkan Market Place dan Strategi Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid 19 di SMK Pawiyatan Surabaya adalah memberikan wawasan akan pentingnya melakukan pemasaran online dengan memanfaatkan market place dan strategi meningkatkan penjualan di masa pandemi covid 19. Selain dari STIESIA selaku pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat ini, pelatihan yang dilakukan juga melibatkan mitra yaitu PT. Shopee Indonesia. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan ini adalah peningkatan pemahaman mitra terhadap pemasaran online dengan memanfaatkan market place dan strategi meningkatkan penjualan, dalam rangka meningkatkan omset penjualan yang dihasilkan.

Kata Kunci: *Aplikasi Shoppe, Strategi Penjualan, SMK Pawiyatan*

Abstract

The impact of the corona virus pandemic (covid-19) is felt in all aspects of people's lives, especially in the business world and the SME economy. In a fairly short time, the marketing strategy changed, especially when social distancing and Large-Scale Social Restrictions (PSBB) were implemented, marketers had to rack their brains to be able to market their products or services to consumers as a strategy to survive in the midst of a pandemic. Business people optimize online marketing as a means of communication with their target consumers. The purpose of conducting Community Service Activities through Online Marketing Training By Utilizing Market Places and Strategies to Increase Sales during the Covid 19 Pandemic Period at SMK Pawiyatan Surabaya is to provide insight into the importance of doing online marketing by utilizing market places and strategies to increase sales during the covid 19 pandemic. from STIESIA as the executor of this community service activity, the training also involved partners, namely PT. Shopee Indonesia. The results obtained

from this training activity are an increase in partners' understanding of online marketing by utilizing market places and strategies to increase sales, in order to increase the sales turnover generated.

Keywords: Shoppe Application, Sales Strategy, SMK Pawiyatan

© 20xx Some rights reserved

PENDAHULUAN

Eksistensi dunia pendidikan dalam menyambut era society 5.0 memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas SDM yang dibekali tidak hanya *hard skill* akan tetapi *soft skill* yang mumpuni agar dapat bersaing. Upaya yang dilakukan dalam menyambut era society 5.0 ini satuan pendidikan sangat dibutuhkan dalam mendukung perubahan paradigma pendidikan diantaranya pendidik meminimalkan peran sebagai learning material provider, pendidik menjadi penginspirasi bagi tumbuhnya kreativitas peserta didik dan memiliki keterampilan dibidang digital dan berpikir kreatif.

SMK Pawiyatan Surabaya merupakan salah satu SMK di Surabaya. SMK Pawiyatan Surabaya berdiri sejak tahun 1972. Sekolah ini beralamat di JL. Tangkis Turi No. 4-6, Kota Surabaya Prov. Jawa Timur. SMK Pawiyatan Surabaya sudah cukup terkenal di masyarakat, selain kualitasnya yang bagus, sudah terbukti mencetak lulusan yang berprestasi dan mempunyai daya saing.

Sesuai dengan kurikulum terbaru SMK mengacu pada kurikulum 2018 melalui kurikulum ini diharapkan siswa Program keahlian Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP) SMK Pawiyatan Surabaya memiliki kompetensi keahlian produk kreatifitas dan kewirausahaan. Untuk memenuhi kompetensi tersebut, siswa/i SMK kelas

X (sepuluh) memperoleh mata pelajaran simulasi dan komunikasi digital. Pada mata pelajaran ini siswa/i mempelajari komunikasi dalam Jaringan Daring (Online), penerapan komunikasi daring, kelas daring (online), pembelajaran melalui kelas daring (Online), presentasi video, presentasi video untuk branding dan marketing, simulasi visual. Untuk dapat mendukung siswa/i menguasai kompetensi tersebut, maka dibutuhkan ilmu pemasaran *online*.

Dengan ada kebutuhan pemahaman tentang pemasaran online ini, maka tim dosen pengabdian kepada masyarakat akan memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan secara teoritis dan praktek dalam bidang kewirausahaan. "Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian intuisi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (offerings) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.(American Marketing Association yang dikutip oleh Fandy Tjiptono dan Anastasia, 2016:3)". Diera society 5.0 dengan pesat perkembangan teknologi informasi dan adanya pandemi covid 19 saat ini kebutuhan pemanfaatan web atau mobile platform market place dalam pemasaran online lebih efektif dan efisien melalui pemasaran online menyebabkan jangkauan menjadi lebih luas dan tidak terbatas sangat menguntungkan bagi penjual (seller) dan pembeli (buyer) dan mudah menemukan produk yang

diinginkan / dibutuhkan dimana pun mereka berada selama terdapat internet untuk mengaksesnya. “Pemasaran online/ internet marketing/ online marketing merupakan salah satu bentuk e-marketing yang menggambarkan penggunaan website untuk memperkuat usaha pemasaran, khususnya prososi yang dilakukan oleh perusahaan, penggunaan website untuk melakukan lelang produk seperti eBay yang mengalami perkembangan pesat melalui komunikasi dari mulut ke mulut, dan penerapan eCRM dalam membangun dan mengelola hubungan dengan pelanggan. (Dehkordi et al, 2012)”.

Dalam melakukan transaksi secara online menggunakan media online e-Business atau dikenal dengan E-Commerce, “e-Commerce adalah rangkaian kegiatan usaha perdagangan yang sebagian atau seluruhnya menggunakan media internet sebagai media komunikasinya. (Nufansa,2014)”. Dalam hal ini jenis e-Commerce jenis mobile marketplace Shopee merupakan salah satu marketplace yang pertama kali dijalankan SEA Group mengusung mobile marketplace Bisnis C2C (customer to customer). Pada Desember 2015 shopee resmi diperkenalkan di Indonesia di bawah naungan PT Shopee International Indonesia.

Upaya peningkatan penjualan barang secara online menggunakan mobile marketplace, perlu adanya strategi penjualan yang terencana dengan baik dan fokus agar tren penjualan mengalami peningkatan secara terus menerus. Strategi peningkatan penjualan yang digunakan adalah strategi promosi dengan copywriting, strategi limited edition, strategi promosi bundling package, strategi voucher diskon dengan maksimum pembelian dan strategi permainan harga. Berdasarkan penjabaran tersebut diatas diharapkan

melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk para siswa/i SMK Pawiyatan Surabaya memahami dan mampu memanfaatkan media mobile marketplace shopee untuk berjualan dan membantu meningkatkan penjualan secara online.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan tim dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya sebagai berikut :

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Tim Dosen pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berkoordinasi dengan mahasiswa dan Wakil Kepala Sekolah Humas SMK Pawiyatan Surabaya untuk menggali informasi dan memetakan mengenai kondisi geografis kondisi siswa/i sekolah untuk mendapatkan informasi lokasi serta permasalahan yang dihadapi.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Kegiatan ini dilakukan guna mempersiapkan dan memfasilitasi kebutuhan para siswa/i dengan menyediakan sarana dan prasarana demi tercapainya target Pengabdian kepada Masyarakat.

3. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana, maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh ketua pelaksana beserta anggota tim dan beberapa mahasiswa. Kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan pemasaran online dengan pemanfaatan mobile marketplace shopee dan strategi meningkatkan penjualan dalam bentuk pertemuan secara daring dengan siswa/iSMK Pawiyatan Surabaya.

3. Monitoring Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan monitoring kegiatan pengabdian kepada masyarakat salah satu

upaya untuk meninjau perkembangan siswa/i terhadap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya dengan harapan dapat dilaksanakan sesuai dengan pelatihan yang diperoleh para siswa/i dari yang telah dijelaskan tim dosen dan mahasiswa.

4. Evaluasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memahami pola pemahaman siswa/i terhadap pelatihan yang diperoleh dari pelaksana kegiatan. Hasil ini diharapkan siswa/i mampu dan termotivasi untuk membuat toko online menggunakan media mobile atau web marketplace shopee dalam menjalankan usaha secara online dan mampu meningkatkan penjualan dari usaha yang telah dirintis.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan mulai maret hingga juli 2021 secara online, yang diikuti oleh siswa/i SMK Pawiyatan, 5 orang narasumber dan 1 orang mahasiswa yang ikut terlibat pada kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

Berdasarkan hasil pelatihan dan diskusi permasalahan yang menjadi fokus pelaksanaan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu :

1. Bagaimana mengembangkan usaha toko *online* menggunakan *marketplace shopee*?
2. Bagaimana menggunakan fitur-fitur promo dan pengiriman yang bekerjasama dengan pihak ekspedisi pada *marketplace shopee*?
3. Apakah ada pendampingan bagi peserta untuk memulai sampai menjalankan toko *online* di *marketplace shopee*?

Beberapa hasil kegiatan yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat bersama mitra Shopee sebagai berikut :

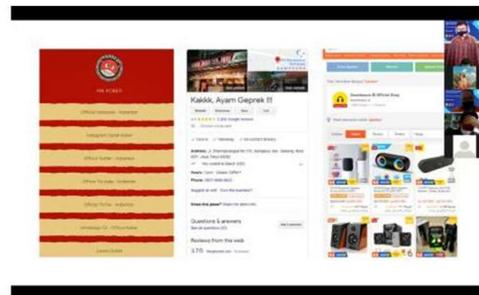
- 1) Sambutan dari Guru Pendamping SMK Pawiyatan, Tim Mitra Shopee dan tim pengabdian masyarakat STIESIA Surabaya.



- 2) Penjelasan materi Pemasaran Online



- 3) Penjelasan materi strategi meningkatkan penjualan



- 4) Penjelasan materi pemasaran online menggunakan platform Shopee



masyarakat kerjasama SMK Pawiyatan Surabaya dengan obyek para siswa/i SMK Pawiyatan Surabaya terkait dengan implementasi keahlian produk kreatifitas dan kewirausahaan dengan materi pemasaran *online* memanfaatkan *marketplace* dan strategi penjualan dalam kondisi covid 19, maka dapat diperoleh kesimpulan berikut :

1. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat mampu menguasai materi yang akan diberikan secara umum.

2. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat mampu menginterpretasikan implementasi pemanfaatan pemasaran online melalui media web/mobile marketplace untuk menjual produk secara langsung melalui shopee agar lebih efektif dan efisien.

3. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat memahami penerapan pemasaran online dengan baik dan benar dalam upaya peningkatan omset dan keuntungan dari para siswa/i SMK Pawiyatan Surabaya yang sudah merubah dan menjalankan bisnisnya secara online.

4. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengerti manfaat beserta proses penjualan produk secara online melalui marketplace shopee dalam upaya meningkatkan keuntungan dari usaha para siswa/i SMK Pawiyatan Surabaya yang mereka lakukan sampai saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Melalui artikel ini penulismengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak :

1) Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai salah

satu pemenuhan Tridharma PerguruanTinggi.

- 2) Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) yang telah memberikan fasilitas dan mengkoordinatori kegiatan pengabdian dengan beberapa UMKM di Surabaya.
- 3) Kepala Sekolah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Pawiyatan Surabaya yang telah berkenan mengijinkan dan menyediakan waktu kepada siswa/i nya untuk teralisasina kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- 4) Seluruh peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari siswa/i SMK Pawiyatan Surabaya atas partisipasi dan antusiasmenya mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Dehkordi, G. J., S. Rezvani, M. S. Rahman, F. Fouladivanda, N. Nahid, and S. F. Jouya, 2012. 'A Conceptual Study on E-Marketing and Its Operation on Firm's Promotion and Understanding Customer's Response', *International Journal of Business and Management*, 7 (19), hal. 114-123.
- 2) Tjiptono, F., & Anastasia. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- 3) Wira Sakti, Nufansa (2014). *Buku Pintar Pajak E-commece*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo