

Pelatihan Marketing Online dan Workshop E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran pada Kelompok Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru

Nurliana Nasution^{*1}, Feldiansyah Bakri Nasution², Mhd Arief Hasan³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Lancang Kuning

*e-mail: nurliananst@unilak.ac.id¹, feldiansyah@unilak.ac.id², m.arif@unilak.ac.id³

Abstract

UMKM have been regulated in the legal umbrella based on the law. Some examples of SMEs include: Culinary Sector - Selling snacks, fried foods, selling food, opening a restaurant, opening a small restaurant or opening a cafe business. Examples of UMKM in the Fashion Sector - small-scale clothing stores, distributions that sell special clothing for young people, batik shops, Muslim clothes and so on. Atang Rattan Furniture Business is one of the MSMEs engaged in rattan handicrafts. This rattan craftsman has been pioneered from generation to generation from the previous generation. Pulau Cinta is the name of a natural tourist attraction located 30 KM from Pekanbaru City Center. Rattan furniture makes various business models of rattan crafts including woven furniture, bed frames, bookcases, shoe racks, bags, wallets, lampshades, rattan pillows, chairs, tables and others. This place also accepts craft orders as needed. This MSME has 15 employees. The resulting product is marketed in the city of Pekanbaru, Riau, to several areas in Sumatra. In 2020 there was an outbreak (Endemic) of Covid-19 in all regions of Indonesia and even abroad. This has a negative impact on the global economy which is also felt by all levels of society. Including MSMEs, Atang Rattan Furniture experienced a drastic decline in the number of sales figures. Even though they also have to incur operational costs such as employee salaries, maintenance costs, production and others. the average sales of Product Items decreased drastically. On average, more than 50 to 60 percent of turnover per item fell. The priority issues in this community service 1). Decrease in Sales 2) Do not have a good marketing strategy We provide solutions including Understanding the Importance of Online-Based Sales, E-Commerce Online Sales Workshops.

Keywords: Online Sales,, Rattan,UMKM, Workshops, Seminars

Abstrak

UMKM telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. Contoh Beberapa contoh UMKM diantaranya : Bidang Kuliner - Jualan cemilan, gorengan, jualan makanan, membuka rumah makan, membuka restoran kecil atau bisa juga membuka usaha kafe. Contoh UMKM Bidang Fashion - toko pakaian skala kecil, distro yang menjual pakaian khusus untuk anak muda, toko batik, baju muslim dan lain sebagainya. Usaha Perabot Rotan Atang merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kerajinan rotan. Perajin rotan ini sudah di rintis turun temurun dari generasi sebelumnya. Pulau Cinta adalah nama sebuah obyek wisata alam yang terletak di 30 KM dari Pusat Kota Pekanbaru. Perabot rotan atang membuat bermacam model usaha kerajinan rotan diantaranya Anyaman Furnitur, frame tempat tidur, rak buku, rak sepatu, Tas, Dompot, Kap Lampu, Bantal Rotan, Kursi, Meja dan lainnya. Ditempat ini juga menerima pesanan kerajinan sesuai kebutuhan. UMKM ini mempunyai 15 Orang pegawai. Produk yang dihasilkan ini dipasarkan di wilayah Kota Pekanbaru, Riau, hingga beberapa wilayah di Sumatera. Pada tahun 2020 ini terjadi wabah (Endemi) Covid-19 di Seluruh Wilayah Indonesia bahkan mancanegara. Hal ini berdampak buruk terhadap perekonomian global yang juga dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Termasuk UMKM Perabot Rotan Atang mengalami penurunan yang drastis dalam jumlah angka penjualan. Padahal mereka juga harus mengeluarkan biaya operasional seperti halnya gaji karyawan, biaya perawatan, produksi dan lainnya. rata-rata penjualan Item Produk yang mengalami penurunan drastis. Rata-rata lebih dari 50 sampai dengan 60 persen omset per item barang turun. Adapun masalah prioritas pada pengabdian masyarakat ini 1). Penurunan Jumlah Penjualan 2) Belum memiliki strategi pemasaran yang baik Kami memberikan solusi diantaranya Pemahaman Pentingnya Penjualan Berbasis Online,Workshop Penjualan Online E-Commerce.

Kata kunci: Penjualan Online, rotan, UMKM, workshop, seminar

1. PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Rotan dalam struktur dunia tumbuh-tumbuhan termasuk dalam Famili/suku Palmae, dimana sampai saat ini sudah dikenal sebanyak 15 suku. Di Indonesia sampai saat ini ditemukan sebanyak 8 suku yaitu Calamus, Daemonorops, Khorthalsia, Plectocomia, Ceratolobus, Plectocomiopsis, Myrialepis, dan Calospatha. Dari 8 suku tersebut total jenisnya di Indonesia mencapai tidak kurang dari 306 jenis penyebarannya di pulau Kalimantan sebanyak 137 jenis, Sumatera sejumlah 91 jenis, Sulawesi menyebar sebanyak 36 jenis, Jawa sejumlah 19 jenis, Irian 48 jenis, Maluku 11 jenis, Timor 1 jenis dan Sumbawa 1 jenis. Dalam hal memenuhi kebutuhan untuk menyediakan permintaan dunia akan keperluan produk rotan, negara kita pun tak diragukan karena sudah sejak abad ke-18 selalu menjadi pelopor dalam menyediakannya, di mana hampir 80 % keperluan akan rotan dunia di pasok oleh Indonesia, sekaligus pula mendapat pengakuan sebagai penghasil rotan terbaik yang mendominasi penggunaan rotan dunia.

Perekonomian Indonesia, untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. Contoh beberapa contoh UMKM diantaranya : Bidang Kuliner - jualan cemilan, gorengan, jualan makanan, membuka rumah makan, membuka restoran kecil atau bisa juga membuka usaha kafe. contoh UMKM Bidang Fashion - toko pakaian skala kecil, distro yang menjual pakaian khusus untuk anak muda, toko batik, baju muslim dan lain sebagainya.

Usaha Perabot Rotan Atang merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kerajinan rotan. Perajin rotan ini sudah di rintis turun temurun dari generasi sebelumnya. Perabot Rotan Atang berada di Jalan Yos Sudarso Km3 Kota Pekanbaru. Di wilayah ini berada beberapa pengrajin rotan sejenis. Salah satunya Perabot rotan Atang. Dalam setiap harinya UMKM ini terus menciptakan produk kerajinan rotan yang bahan bakunya berasal dari rumbai sendiri dan beberapa daerah di Provinsi Sumatera Barat. Saat ini perajin ini belum memiliki kendala dalam pengadaan bahan baku.



Gambar 1. UMKM Perabot Rotan Atang

Perabot rotan atang membuat bermacam model usaha kerajinan rotan diantaranya Anyaman Furnitur, frame tempat tidur, rak buku, rak sepatu, Tas, Dompot, Kap Lampu, Bantal Rotan, Kursi, Meja dan lainnya. Ditempat ini juga menerima pesanan kerajinan sesuai kebutuhan. UMKM ini mempunyai 15 Orang pegawai. Produk yang dihasilkan ini dipasarkan di wilayah Kota Pekanbaru, Riau, hingga beberapa wilayah di Sumatera.



Gambar 2. Produk Hasil UMKM Perabot Rotan Atang



Gambar 3. Produk Hasil UMKM Perabot Rotan Atang Lainnya

Pada tahun 2020 ini terjadi wabah Pandemi Covid-19 di Seluruh Wilayah Indonesia bahkan mancanegara. Hal ini berdampak buruk terhadap perekonomian global yang juga dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Termasuk UMKM Perabot Rotan Atang mengalami penurunan yang drastis dalam jumlah angka penjualan. Padahal mereka juga harus mengeluarkan biaya operasional seperti halnya gaji karyawan, biaya perawatan, produksi dan lainnya. Keengganan masyarakat untuk keluar dari rumah diakibatkan kekhawatiran akan virus membuat jumlah kunjungan ke UMKM ini juga semakin sepi. Hal ini jika dipertahan terus menerus akhirnya usaha ini akan menjadi gulung tikar. Padahal potensi besar yang dimiliki Kota Pekanbaru yang memiliki perajin yang handal di bidangnya.

Tabel 1. Perbandingan Tabel Penjualan Produk Perabot Rotan Atan

No	Jenis Item	Rata-Rata Penjualan Perbulan	
		Sebelum Covid 19	Masa Covid 19
1.	Meja Makan Set	10	2
2.	Kursi Goyang	15	6
3.	Kap Lampu	25	15
4.	Mainan Anak – Anak	50	20
5.	Vas Bunga	30	10
6.	Keranjang	50	20

Pada Tabel 1 dijelaskan rata-rata penjualan Item Produk yang mengalami penurunan drastis. Rata-rata lebih dari 50 sampai dengan 60 persen omset per item barang turun. Perabot rotan sudah berusaha melakukan langkah-langkah antisipatif diantaranya melakukan penjualan di Market Place. dan komunitas-komunitas online lainnya. Namun karena persaingan yang sengit dan strategi marketing online yang belum dimiliki dengan baik masih menjadikan hal ini belum optimal dalam pemasaran hasil olahan produk kerajinan rotan.

Ditengah tuntutan penjualan berbasis layanan portal atau aplikasi. Toko ini dihadapkan dengan permasalahan dengan layanan portal yang belum dimiliki. Sering kali para calon pembeli juga sering menanyakan identitas keberadaan UMKM ini melalui ketersediaan Portal Resmi mereka (Darma Susila et al., 2020; Endriastuti & Permatasari, 2018; Hakim, 2019; Krisna, 2021; Suharto et al., 2017). Akibatnya kepercayaan calon pembeli berkurang yang berdampak ke omset penjualan. Tentu harapan jumlah angka penjualan yang diharapkan meningkat tadi belum terwujud. Oleh karena beberapa masalah ini kami mengajukan proposal pemberdayaan UMKM Indonesia Bangkit ini sebagai solusi untuk membantu permasalahan yang terjadi pada UMKM Perabot Rotan Atang Rumbai Pekanbaru ini.

2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil diskusi bersama yang dilakukan oleh Tim Pengusul, maka ditentukan dua persoalan prioritas di UMKM Perabot Rotan Atang yang akan diberikan solusi melalui program pengabdian masyarakat UKM Indonesia Bangkit, yakni:

Tabel 2. Kaitan Masalah Prioritas. Solusi dan Iptek yang digunakan

Masalah Prioritas		Solusi	IPTEK
Penurunan Penjualan	Jumlah	Pemahaman Pentingnya Penjualan Berbasis Online	a. Pemahaman pentingnya migrasi misnis berbasis online b. Strategi penjualan produk berbasis online.
Belum strategi yang baik	mempunyai penjualan	Workshop Penjualan Online E-Commerce	Workshop Penjualan online dengan materi sebagai berikut. a. Pembuatan Akun E-Commerce b. Upload Produk c. Pendaftaran Akun Pembayaran d. Mekanisme Pengiriman Produk e. Konfirmasi Penerimaan Penjualan f. Rekapitulasi Penjualan g. Barang Retur h. Optimasi Peningkatan Rating Produk dan Penjualan

Berikut adalah uraian tentang dua permasalahan prioritas yang dihadapi mitra:

a. Penurunan Jumlah Penjualan

Penurunan angka pengunjung Pulau Cinta sangat signifikan, hal tersebut karena wabah Pandemi Covid-19. Meskipun telah dibuka lama sejak masa PSBB (Pembatasan Berskala Besar) di Provinsi Riau telah usai, namun kondisi tersebut belum mampu memulihkan kondisi penjualan di Perabot Rotan Atang. Hal ini diperparah lagi dikarenakan adanya penurunan tingkat daya beli masyarakat karena terjadinya pelemahan ekonomi. Hal ini berdampak terhadap industri rotan kreatif yang telah dibangun Pak Atang dan Keluarga. Oleh karena itu tim pengabdian memberikan solusi dari permasalahan ini dengan Pembuatan portal web Promosi dan Penjualan Online. Hal ini UMKM Perabot Atang diharapkan bisa mengelola promosi dan penjualan mereka secara online. Keberadaan toko online ini akan meluaskan daya jangkau pemasaran dari UMKM Perabot Atang.

b. Belum memiliki strategi pemasaran yang baik

Saat ini setiap ingin menjual produk, baik barang maupun jasa, maka diperlukan sebuah strategi yang khusus agar calon pembeli memiliki kemudahan untuk memperoleh informasi apapun terkait produk yang dijual. Demikian juga UMKM Perabot Rotan Atang. Dengan adanya teknologi internet pada akhir-akhir ini telah banyak mengubah kebiasaan orang setiap harinya. Hal ini terlihat dari pola kebiasaan berbelanja, dimana dahulunya banyak datang langsung ke toko. Namun dengan tersedianya aplikasi pemasaran online mereka tidak perlu direpotkan lagi untuk mendatangi toko dengan cukup klik dan bayar barang bisa dengan cepat sampai di rumah (Wira Sakti, 2014).

Bagi para pelaku bisnis, mewujudkan strategi pemasaran melalui penjualan online saat sekarang ini merupakan suatu keharusan. Penjualan yang dilakukan secara online dan offline merupakan hal yang wajib diperhatikan. Perlu adanya strategi pemasaran yang jitu agar penjualan produk maupun jasa mampu dimaksimalkan dengan baik sehingga akan memberikan manfaat berupa mendongkrak hasil penjualan (Soepomo, 2015).

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Metode Pelaksanaan

Solusi	Metode dan tahapan	Kordinator	Pihak yang terlibat
Pemahaman Pentingnya Penjualan Berbasis Online	Tahapan ini dilakukan dengan cara memberikan materi pelatihan sebagai berikut : 1. Social Media Marketing 2. Reseller atau Dropshipper 3. Email Marketing 4. Influencer Marketing 5. Google Ads 6. Search Engine Optimization (SEO) 7. Search Engine Marketing (SEM)	Dr. Nurliana Nasution, S.T, M.Kom Dr. Feldiansyah, ST, MBuss(IT), PhD Mhd. Arief Hasan, M.Kom	Toko Rotan Atang

Workshop Marketing online	Workshop Marketing online dengan materi sebagai berikut.	Mhd. Arief Hasan, Toko Rotan Atang M.Kom
	<u>Tahapan dan prosedur kerja:</u>	Dr. Feldiansyah, ST, MBuss(IT), PhD
	a. Pembuatan Akun E-Commerce	
	b. Upload Produk	Dr. Nurliana Nasution.
	c. Pendaftaran Akun Pembayaran	S.T, M.Kom
	d. Mekanisme Pengiriman Produk	
	e. Konfirmasi Penerimaan Penjualan	
	f. Rekapitulasi Penjualan	
	g. Barang Retur	
	Optimasi Peningkatan Rating Produk dan Penjualan	

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dimulai dengan pemberian pemahaman tentang pentingnya penjualan berbasis online. Pembuatan Web Portal WEB UMKM Perabotan Atang kemudian di lanjutkan dengan workshop marketing online. Diharapkan peserta pelatihan memahami dari materi dan workshop pelatihan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing Perabot Rotan Atang untuk mampu tampil sebagai Pemegang Pasar penjualan online pada bidang perabotan yang dibuat dari bahan rotan. Beberapa kegiatan pengabdian serupa telah pernah diadakan tim pengabdian (Nasution, 2018; Nasution et al., 2018, 2021; Nasution & Hasan, 2019). Hal ini dapat menambah khasanah pengetahuan dari mitra nantinya. Adapun gambaran umum pelaksanaan dijelaskan sebagai berikut

1. Pembuatan modul pemahaman pentingnya penjualan berbasis online dan workshop marketing online
Kegiatan ini diawali dengan pembuatan modul pelatihan. Modul pelatihan merupakan serangkaian pedoman yang dibuat untuk memenuhi standar atau digunakan dalam proses belajar mengajar. Modul yang dibuat disini ditujukan untuk mitra yakni Toko Perabotan Atang. Modul yang dibuat harus dapat dengan mudah dipahami oleh mitra untuk belajar dengan sendirinya sebelum atau sesudah pasca pelatihan. Tentunya materi yang disampaikan dalam pelatihan dan workshop nanti harus sesuai dengan modul yang dibuat. Agar peserta disini yakni mitra dapat mengulanginya kembali di rumah. Agar modul pelatihan yang dibuat bisa disajikan dengan baik, perlu dibuat kerangka modul pelatihannya terlebih dahulu.
2. Seminar Pemahaman Pentingnya Penjualan Berbasis Online
Seminar dilakukan dalam rangka memberikan pemaparan, diskusi, laporan atau mendiskusikan materi mengenai penjualan berbasis online. Dalam seminar nanti tentunya akan terjadi tanya jawab atau bertukar pikiran antara penyaji dengan peserta yakni di sini mitra. Tujuan seminar ini dilakukan untuk menemukan jalan pemecahan masalah dari mitra yakni toko rotan atang. Materi yang disajikan pada seminar ini tidak lepas dari strategi marketing/penjualan online. Kegiatan seminar ini juga dilaksanakan dengan sistem dialog yang dipimpin oleh moderator. Tujuan dari seminar adalah membahas permasalahan untuk menemukan solusi dari permasalahan mitra yakni toko rotan atang. Materi yang disampaikan berupa Social Media Marketing, Reseller atau Dropshipper, Email

Marketing, Influencer Marketing, Google Ads. Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), Workshop Marketing online (He et al., 2010).

3. Pendampingan Pasca Pelatihan

Pendampingan pasca pelatihan ditujukan untuk memberikan perubahan kepada mitra agar lebih kreatif. Tujuan pendampingan ini dilakukan untuk meningkatkan kemandirian kepada mitra setelah mendapatkan pelatihan. Dalam proses pendampingan nantinya Tim Pengabdian Kepada Masyarakat akan memberikan berupa konsultasi dimana mitra dapat bertanya kapan pun juga mengenai seputar permasalahan mitra dan kaitannya ke pelatihan. Kemudian dalam proses pendampingan ini juga diberikan fasilitator. Dimana proses fasilitator ini memberikan motivasi agar mitra tidak mudah putus asa dalam memperbaiki masalahnya pasca pelatihan. Adapun komunikasi yang dilakukan pasca pelatihan ini adalah menggunakan komunikasi dua arah (horizontal). Dengan tujuan mitra benar benar menghasilkan yang terbaik.

4. Penyusunan Output Luaran Pelatihan

Di akhir kegiatan ini tentunya tim pengabdian membuat laporan dari pengabdian masyarakat. Laporan pengabdian masyarakat ini merupakan bagian wajib dari hasil pengabdian masyarakat. Sebagai bentuk pertanggungjawaban tim pengabdian kepada pemberi pendanaan pengabdian. Selain itu ada beberapa output luaran lainnya yang menjadi tanggung jawab dari tim pengabdian kepada masyarakat. Output luaran tersebut diantaranya publikasi media masa dari kegiatan pengabdian, artikel ilmiah pengabdian, sertifikat peserta dan pemateri, banner, surat keterangan telah melaksanakan kegiatan dari mitra, dokumentasi dan absensi. Semua ini dilampirkan dalam portofolio laporan hasil pengabdian kepada masyarakat yang nantinya disampaikan pada saat monitoring evaluasi dan seminar hasil.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 29 juli 2021 di tempat mitra yakni Toko Rotan Atang. Adapun kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut :

3.1. Seminar Pemahaman Pentingnya Penjualan Berbasis Online

Setelah semua tim menyiapkan materi kegiatan. Kemudian tim pengabdian memulai melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada usaha rotan atang yang bertempat di jalan Yos Sudarso km 1 Pekanbaru. Materi ini disampaikan oleh ketua tim yakni Dr. Nurliana Nasution, S.T, M.Kom Ada beberapa hal yang dibahas dalam seminar ini diantaranya,

- *Social Media Marketing*
Sosial media marketing atau pemasaran media sosial yang dapat digunakan mitra pengabdian masyarakat. Pemasaran digital menggunakan platform media sosial dan situs web jaringan guna mempromosikan produk hasil olahan rotan. Ada beberapa trik sukses dalam pemanfaatan social media marketing diantaranya dengan membuat riset klien, membuat tujuan dan arah bisnis, menganalisa kompetitor, menentukan waktu yang tepat, hingga memanfaatkan google adsense sebagai tool pengiklan.
- *Influencer Marketing*
Influencer marketing merupakan pilihan strategi pemasaran online yang bisa diandalkan. Alasan dibalik mengajak para influencer bekerja sama adalah untuk meningkatkan citra produk dan juga bisa meningkatkan nilai penjualan sesuai target pasar yang ditentukan.

- *Google Ads*
Google Ads merupakan sebuah platform periklanan online yang dimiliki google. Dengan pemanfaatan periklanan google, pemasaran produk rotan atang bisa menjangkau orang-orang yang lebih tepat pada saat mereka menginginkan layanan dari produk yang ditawarkan tersebut.
- *Search Engine Marketing*
Search Engine Marketing ditujukan untuk pembelian traffic khusus terhadap cara proses dari pencarian. Sehingga para marketing bisa melakukan bidding terhadap keyword atau kata kunci yang mereka inginkan dalam mesin pencarian. Tujuannya adalah jika ada keyword tertentu yang muncul di periklanan online bisa diarahkan langsung ke website mereka buat.
- *Reseller atau Dropshipper*
Reseller atau Dropshipper merupakan cara penjualan dimana tidak perlu menyetok barang melainkan menjualkan produk dari penjual lainnya. Dalam proses dropshipper mereka hanya menunggu pesanan dari pelanggan. Kemudian melakukan proses transaksi dari penjual lainnya untuk dapat mengirimkan pesanan kepada pelanggan dari penjual sebelumnya. Dropshipper berhak mengatur nama pengirim/penjual tanpa harus diketahui pelanggannya. Proses pengiriman barang dilakukan sepenuhnya oleh penjual lainnya setelah menerima pembayaran dari penjual sebelumnya.

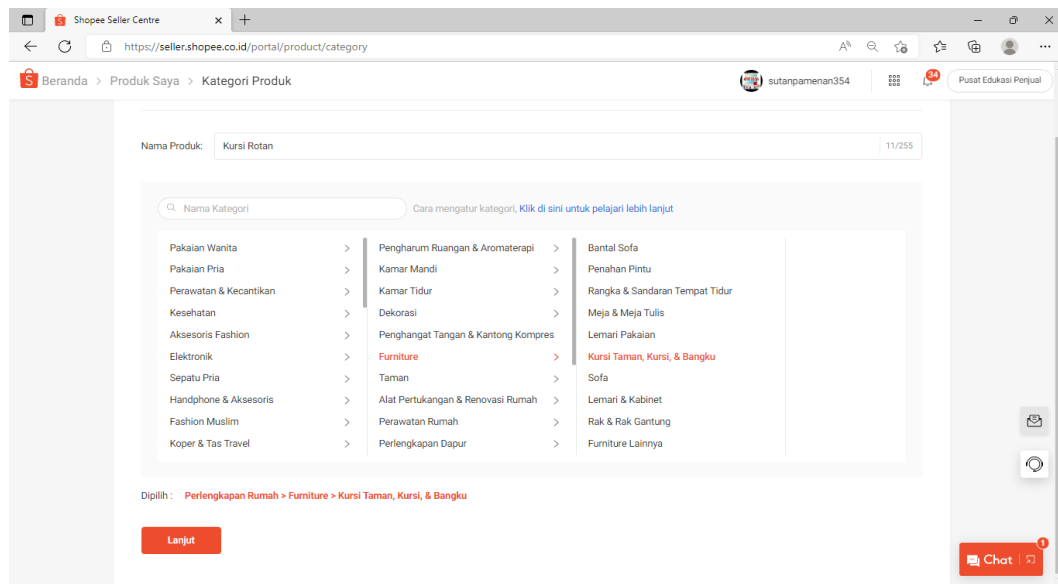
Proses seminar ini dilalui dengan cara diskusi dan tanya jawab. Peserta tampak antusias dengan materi yang disajikan oleh pemateri. Dari pantauan tim pengabdian muncul efek dimana pengetahuan yang semakin bertambah kepada peserta. Serta semangat mereka untuk mencoba inovasi-inovasi baru dalam teknik pemasaran online. Bahkan tak sedikit diantara mereka yang ingin diajarkan lebih dalam lagi mengenai teknik-teknik penjualan online itu kembali.

3.2. Workshop Marketing Online

Setelah diadakan Seminar Pemahaman Pentingnya Penjualan Berbasis Online. Kemudian pemateri masuk ke materi selanjutnya yakni Workshop Marketing Online. Pada Workshop Marketing Online ini tim pengabdian langsung mencontohkan teknik berjualan di Marketplace Shopee. Pembuatan Akun E-Commerce, Upload Produk, Pendaftaran Akun Pembayaran, Mekanisme Pengiriman Produk, Konfirmasi Penerimaan Penjualan, Rekapitulasi Penjualan, Barang Retur.

Shopee merupakan sebuah wadah untuk berbelanja secara online. Shopee merupakan platform jual online yang lebih berfokus kepada platform mobile namun tanpa meninggalkan versi web browser-nya. Sehingga keuntungan dari shopee ini orang lebih mudah dalam berbelanja dimana saja dan kapan saja karena cukup dengan menggunakan ponselnya saja.

Pada tahapan ini peserta diajarkan step by step mulai dalam mengupload produk ke shopee seperti yang terlihat pada gambar 4. Bagaimana mengisi entrian barang mulai dari nama barang, deskripsi, harga, spesifikasi barang, stok hingga foto dari produk. Setelah satu produk berhasil di upload peserta di latih secara mandiri untuk mengentrikan produk-produk lainnya. Sehingga muncul produk keseluruhan dari toko rotan atang di marketplace, Kemudian peserta diajarkan juga bagaimana menanggapi proses transaksi secara online mulai dari pendaftaran rekening, proses order masuk, proses pengiriman barang, retur barang, pengaturan voucher dan diskon serta promo lainnya. Sehingga dari pelatihan ini peserta bisa memahami dengan detail proses alur dari penjualan produk di marketplace shopee.



Gambar 4. Proses Tahapan Upload Produk ke Shopee

Proses Workshop ini dilakukan dengan praktik serta diskusi dan tanya jawab. Tampak antusias peserta untuk menjadikan shopee sebagai platform untuk membantu pemasaran produk mereka. Setelah semua rangkaian seminar dan pelatihan/workshop selesai peserta diberikan berupa sertifikat sebagai bukti telah dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kemudian peserta dan pemateri berfoto bersama untuk dokumentasi kegiatan. Dilanjutkan setelah kegiatan ini dilakukan peserta terus diberikan pendampingan-pendampingan agar peserta memberikan perubahan kepada mitra agar lebih kreatif.



Gambar 5. Peserta bersama Pemateri

3.3. Pendampingan Pasca Pelatihan

Tujuan pendampingan ini dilakukan untuk meningkatkan kemandirian kepada mitra setelah mendapatkan pelatihan. Konsultasi dan bimbingan dilakukan kepada peserta melalui grup yang ada di *whatsapp*. *Whatsapp* merupakan sebuah social media berbasis aplikasi mobile yang dapat memudahkan seorang bisa mengirim pesan berupa audio, video, text dan panggilan telpon secara online. Proses ini terus berlanjut sampai setelah karya ilmiah ini dipublikasikan sebagai bentuk perwujudan kemandirian dan kreatifitas peserta. Sehingga target penjualan bisa terpenuhi. Mitra bisa sukses kembali dalam meraih omset penjualan ditengah wabah pandemi yang sedang dirasakan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Penerapan Media Promosi web untuk meningkatkan penjualan di usaha perabot atang sudah sepenuhnya dilakukan. Didapatkan kesimpulan berupa pemahaman penjual mengenai teknik-teknik marketing online bertambah. Peserta bisa menerapkan banyak strategi untuk meningkatkan pendapatan melalui marketing online di internet. Kemudian peserta juga dilatih langsung mengenai pembuatan toko di marketplace. Sebagai upaya untuk peningkatan pemasaran yang lebih luas lagi. Pendampingan terus dilakukan untuk melihat kesuksesan yang diraih peserta paska kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning yang telah mensupport kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kegiatan ini sepenuhnya didanai oleh Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning melalui nomor kontrak 798/Unilak-08/B.07/2020. Kemudian penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada usaha perabota rotan atang yang telah menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Darma Susila, I. M., Riza Hilmi, M., & Arya Suita Darma, I. P. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Toko Online Sebagai Pemasaran Produk pada UKM Saka Gemilang. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 2(3), 13–20. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v2i3.192>
- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, Dan Pengenalan M-Commerce Pada Produk Unggulan Jagung Tortiladi Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 56. <https://doi.org/10.31604/jpm.v1i2.56-66>
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *Loyalitas, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(1), 74–91. <http://www.ejournal.iaida.ac.id/index.php/loyal/article/view/353>
- He, Y., Shi, Y., & He, A. (2010). Research on online payment mode of E-commerce. *Proceedings 2010 IEEE International Conference on Software Engineering and Service Sciences, ICSESS 2010*, 312–315. <https://doi.org/10.1109/ICSESS.2010.5552440>
- Krisna, E. D. (2021). Pelatihan bisnis online menggunakan aplikasi shopee. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(1), 206–215.
- Nasution, N. (2018). Sosialisasi Aplikasi Manajemen Penelitian Dan Pengabdian Berbasis Online Di Lppm-Unilak. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 107–112. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v2i2.1256>
- Nasution, N., & Hasan, M. A. (2019). Ibm Pelatihan Cms Content Dan Digital Jurnalistik. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 22–30. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.1482>
- Nasution, N., Hasan, M. A., & Setiawan, D. (2018). Pelatihan Pembuatan Aplikasi Android Sebagai Bekal Technopreneurship Untuk Peningkatan Daya Ekonomi Mandiri Alumni Smk Di Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(3), 219–234. <https://doi.org/10.36341/jpm.v1i3.436>
- Nasution, N., Hasan, M. A., Studi, P., Informatika, T., Komputer, F. I., & Kuning, U. L. (2021). *IBM Aplikasi Keuangan Pada Sekolah Dasar Luhuring Budi Kecamatan Rumbai*. 5(3), 754–762.
- Soepomo, P. (2015). Sistem Informasi Manajemen Produksi Dan Penjualan Perusahaan Keramik (Study Kasus Keramik Mustika Banjarnegara). *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, 3(1), 70–79. <https://doi.org/10.12928/jstie.v3i1.2924>
- Suharto, M., Ardianto, D. T., Ismail, A. I., & Prameswari, N. S. (2017). Pelatihan Pengelolaan

Website Toko Online Bagi Umkm Di Kawasan Pasar Tradisional Klewer Surakarta Sebagai Strategi Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea). *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 2(02), 229–245. <https://doi.org/10.25124/demandia.v2i02.937>

Wira Sakti, N. (2014). *Buku Pintar Pajak E-Commerce*. 2(1), 159–168. <https://doi.org/ISSNOnline:2355-4614>