

PELATIHAN PENGELOLAAN TOKO ONLINE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK MINYAK WANGI UNTUK IKATAN KELUARGA BESAR BANYUWANGI-YOGYAKARTA

Renna Yanwastika Ariyana¹ Prita Haryani², Erma Susanti³

^{1,2,3}Prodi Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Bisnis, IST AKPRIND Yogyakarta

^{1,2,3}Jalan Kalisahak No. 28 Komplek Balapan, Yogyakarta, 55222

Alamat Email: renna@akprind.ac.id¹, pritaharyani@akprind.ac.id², erma@akprind.ac.id³

Abstract

Making an online store as one of the options that can be used by the community in selling products is certainly very much needed today. Given the rapid advancement of technology, making a significant shift in marketing products. Currently, online stores as an alternative selling media are very widely used, because they are able to help people sell products with a wider digital market coverage. IKAWANGI - Yogyakarta, which is an association of Banyuwangi extended families who live in Yogyakarta, requires an online store that is used to sell perfume oil products produced by IKAWANGI - Yogyakarta. In marketing products in online stores, of course, it should not be done carelessly, so it is necessary to manage the content of the products to be sold in the online store, in order to attract customers to buy the products offered. Attending training to manage online stores, is an alternative chosen by IKAWANGI - Yogyakarta members to train members who will open online stores, especially on the shopee platform. The training conducted by IKAWANGI - Yogyakarta members, resulted in an online store and posting of perfume oil products that were opened on the shopee platform. After the training, it is hoped that participants can understand and know how to open an online store on the shopee platform and participants know how to upload and make attractive product descriptions in order to reach a wider market.

Keywords: online shop, shopee, IKAWANGI, marketing

Intisari

Menjadikan toko *online* sebagai salah satu pilihan yang dapat digunakan masyarakat dalam menjual produk, tentu sangat dibutuhkan saat ini. Mengingat kemajuan teknologi yang semakin pesat, membuat pergeseran yang cukup signifikan dalam memasarkan produk. Saat ini toko *online* sebagai salah alternative media berjualan sudah sangat marak digunakan, karena mampu membantu masyarakat untuk menjual produk dengan cakupan pasar digital yang lebih luas. IKAWANGI - Yogyakarta yang merupakan perkumpulan keluarga besar Banyuwangi yang berdomisili di Yogyakarta, memerlukan adanya toko online yang digunakan untuk menjual produk minyak wangi produksi IKAWANGI - Yogyakarta. Dalam memasarkan produk di toko *online* tentu tidak boleh dilakukan secara sembarangan, sehingga perlu adanya pengelolaan terhadap konten produk yang akan di jual di toko online, agar menarik minat pelanggan untuk membeli produk yang di tawarkan. Mengikuti pelatihan untuk mengelola toko online, merupakan alternative yang di pilih oleh anggota

IKAWANGI - Yogyakarta guna melatih anggota yang akan membuka toko *online* khususnya pada *platform shopee*. Pelatihan yang dilakukan anggota IKAWANGI – Yogyakarta, menghasilkan sebuah toko online serta postingan produk minyak wangi yang di buka di *platform shopee*. Setelah pelatihan dilakukan, harapannya peserta dapat memahami dan mengetahui cara membuka toko *online* di *platform shopee* serta peserta mengetahui cara *upload* dan membuat deskripsi produk yang menarik agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas

Kata Kunci: toko online, shopee, IKAWANGI, pemasaran

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital yang semakin berkembang, tentu akan ikut mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat saat ini. Dengan segala kemajuan dan kebermanfaatannya teknologi digital telah memberikan dampak yang begitu signifikan, hal ini dikarenakan teknologi memungkinkan seluruh informasi dapat diakses dengan lebih cepat, lebih mudah dan menjangkau lebih banyak orang melalui berbagai platform digital yang ada (Santoso, Prawiyogi, Rahardja, Oganda, & Khofifah, 2022). Kemajuan teknologi yang begitu pesat memberikan kemudahan diberbagai sektor kehidupan masyarakat tak terkecuali di bidang bisnis (Radiansyah, 2022) (Björkdahl, 2020). Saat ini berbisnis dengan memanfaatkan teknologi digital merupakan sebuah pilihan yang tepat bagi para pengusaha. Dimana melalui teknologi digital para pengusaha akan mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan secara global dapat memperluas jaringan usahanya. Perkembangang pesat teknologi digital sangat berperan dalam ekspansi bisnis dalam skala kecil maupun besar (Maulidasari & Setiyana, 2020).

Adanya teknologi akan sangat membantu dalam memperluas jangkauan bisnis terutama dengan memanfaatkan toko *online*. Toko *online* merupakan salah satu bentuk bisnis yang sedang populer saat ini. Toko *online* biasa disebut juga dengan *E-Commerce*. Menurut beberapa sumber *E-Commerce* merupakan penyebaran, pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sarana elektronik (Harmayani, Marpaung, Hamzah, Mulyani, & Hutahaeen, 2020). Ada juga yang menyebutkan bahwa *E-Commerce* merupakan suatu kegiatan membeli atau menjual secara elektronik yang dilakukan melalui jaringan internet (Hermiati, Asnawati, & Kanedi, 2021). Melalui toko *online* anatar penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka secara langsung, namun dapat melakukan transaksi produk melalui aplikasi atau situs *online*, kapan saja dan dimana saja dengan jangkauan yang lebih luas tanpa harus terikat terhadap waktu dan tempat. Aktivitas komunikasi melalui jaringan internet merupakan salah satu gaya hidup masyarakat, maka tentunya para pelaku usaha dapat membaca peluang tersebut guna memberikan keunggulan kompetitif bagi para pelaku usaha. Adanya *E-Commerce* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja pelaku usaha khususnya UMKM. Tidak hanya UMKM, namun hal ini juga terjadi pada larisnya penggunaan *E-Commerce* pada ritel-ritel di Indonesia, begitu pula dengan ritel-ritel kelas dunia seperti yang ada di negara ASEAN (Yusuf, Sutrisno, Putri, Asir, & Cakranegara, 2022).

Dikutip dari salah satu mdia online, menurut Rere Sarwono yang merupakan pendiri @momsjamannowofficial dan Pengusaha F&B serta produk

Fashion dalam webinar bincang literasi digital, disebutkan bahwa terdapat beberapa keuntungan yang didapatkan ketika membuka toko *online* ketimbang toko konvensional diantaranya adalah (Naomi & Sulaiman, 2021):

1. Tidak perlu membayar sewa toko
2. Modal relative kecil
3. Dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya
4. Informasi lebih mudah sampai ke pelanggan
5. Jangkauan luas
6. Budget marketing dapat disesuaikan

Dari beberapa keuntungan yang didapat, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi para pengusaha ketika membuka toko secara *online*, salah satunya adalah persaingan bisnis yang semakin ketat, para pengusaha *online* harus memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas baik dan memiliki nilai tambah bagi pelanggan. Selain itu juga keamanan dan privasi terhadap data juga perlu diwaspadai ketika berbelanja *online*, sehingga para pengusaha *online* perlu memastikan bahwa situs toko *online* yang mereka buka terpercaya dan aman. Dengan meminimalkan tantangan yang ada tentu para pengusaha *online* harus mampu mengembangkan strategi pemasaran dan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan, selain itu pengusaha *online* juga perlu memberikan layanan yang baik dan keamanannya terhadap produk yang dijual.

Ikatan Keluarga Banyuwangi (IKAWANGI) merupakan sebuah paguyuban warga asal banyuwangi yang tinggal di negeri rantauan, yang berdiri pada 16 September 1972. Awal mula berdirinya IKAWANGI di di lahirkan oleh tokoh – tokoh banyuwangi yang ada di Jakarta. Hingga saat ini nama IKAWANGI sudah menyebar hingga ke luar negeri (Ekspresi, 2021). IKAWANGI Yogyakarta, yang merupakan salah satu paguyuban dari sekian banyak paguyuban IKAWANGI yang ada di Indonesia, ingin memulai usaha untuk berjualan terutama produk minyak wangi yang akan di jual melalui toko online. Keluarga besar IKAWANGI Yogyakarta telah memiliki produk minyak wangi yang di beri merk “Ikawangi” diaman produk ini sudah telah dijual secara bebas, namun promosi masih terbatas dilakukan melalui pasar offline. Oleh karena itu keluarga besar IKAWANGI Yogyakarta, melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta mengajukan permohonan untuk diadakannya pelatihan program penjualan dan pemasaran produk melalui toko online, salah satunya adalah Shopee. Dimana shopee sendiri merupakan salah satu platform toko online yang paling banyak diminati oleh pengunjung. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali keluarga besar IKAWANGI dalam membuat dan mengelola produk yang akan dipasarkan terutama melalui toko online shopee.

METODE PELAKSANAAN

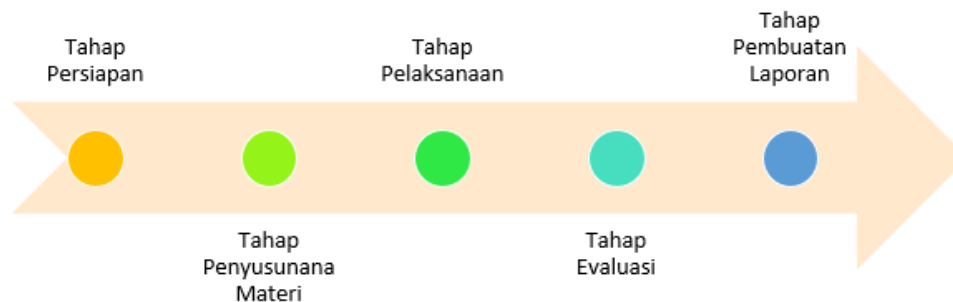
Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PkM) yang dilakukan menggunakan metode ceramah dan praktik langsung. Pada awal sesi narasumber akan memberikan pengantar berupa motifasi dan keuntungan berjualan melalui media digital khususnya toko *online*. Selanjutnya, pada sesi berikutnya, akan dilakukan pendampingan melalui praktik langsung oleh peserta

untuk membuat akun dan cara mendaftar dihalaman *shopee* hingga cara membuat dan mengupload produk minyak wangi yang di jual. Selama kegiatan praktik peserta didampingi oleh narasumber dan mahasiswa sebagai instruktur yang membantu dalam kegiatan pelatihan ini. Peserta pelatihan adalah anggota yang tergabung dalam Ikatan Keluarga Besar Banyuwangi (IKAWANGI) yang ada di Yogyakarta. Kegiatan ini dilaksanakan pada 28 Januari 2023 bertempat di laboratorium Basis Data Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta dengan jumlah peserta sebanyak 22 orang.

Dalam pelaksanaan PkM yang dilakukan di bagi menjadi 5 tahapan kegiatan yaitu:

1. Tahap Persiapan : pada tahap persiapan akan dilakukan koordinasi dengan pengurus IKAWANGI yang berkaitan dengan waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan. Selain itu pada tahap persiapan juga, akan ditunjuk dosen yang mengisi kegiatan selama pelatihan.
2. Tahap Penyusunan Materi: setelah penunjukan dilakukan, maka hal selanjutnya yang dilakukan adalah membuat materi yang di sesuaikan dengan kebutuhan para peserta pelatihan, yaitu berupa pelatihan pengelolaan toko *online shopee* sebagai strategi pemasaran produk minyak wangi. Rencana garis besar materi yang akan di berikan berupa teori dan praktik. Teori diberikan guna memberikan pengetahuan dan motivasi keuntungan berjualan melalui media digital khususnya toko *online*. Praktik diberikan guna mengasah dan mengembangkan keterampilan untuk menunjang pemahaman peserta dalam memahami materi yang telah diberikan. Secara umum materi yang akan diberikan pada peserta pelatihan yaitu:
 - a. Bisnis online
 - b. Perbedaan toko online dan market online
 - c. Top online market yang banyak dikunjungi pengguna
 - d. Manfaat dan keuntungan berjualan online
 - e. Hal yang perlu dipersiapkan sebelum membuka toko online
 - f. Cara membuka toko online di *platform shopee*
 - g. Cara memposting dan membuat deskripsi Produk di *shopee*
3. Tahap Pelaksanaan : tahap pelaksanaan merupakan kegiatan inti dari PkM, dimana kegiatan dilaksanakan pada 28 Januari 2023 dengan jumlah peserta sebanyak 22 orang. Pada tahap pelaksanaan akan disampaikan materi yang telah di buat kepada para peserta. Dalam kegiatan pelatihan, alokasi waktu yang diberikan yaitu 3x150 menit dengan durasi 30 menit penyampaian teori dan 120 menit pelaksanaan kegiatan praktik.
4. Tahap Evaluasi : tahap evaluasi merupakan tahap untuk memberikan koreksi dan masukan pada hasil praktik yang dilakukan peserta pada latihan mandiri selama sesi praktik. Kegiatan evaluasi yang dilakukan, di maksudkan agar dapat mengetahui bagian yang belum di pahami peserta yang kemudian akan di review untuk di jelaskan kembali kembali oleh narasumber.
5. Tahap pembuatan Laporan: pembuatan laporan merupakan tahapan akhir dari rangkaian kegiatan PkM yang dilakukan, dimana dosen sebagai

pelaksana kegiatan akan membuat laporan kegiatan yang nantinya harus di laporkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta sebagai bukti pelaksanaan kegiatan PkM.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan PkM Pelatihan Pengelolaan Toko Online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PkM telah di sesuaikan dengan materi yang telah dikoordinasikan langsung dengan salah satu anggota IKAWANGI – Yogyakarta, dimana pelatihan yang di inginkan yaitu berupa pelatihan pengelolaan toko *online* di *platform shopee* untuk menjual produk minyak wangi. Adapun susunan acara dalam kegiatan PkM ini ditunjukkan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Susunan kegiatan pelatihan anggota IKAWANGI - Yogyakarta

Waktu	Materi
08.00-08.20	Registrasi dan Presensi
08.20-08.30	Pembukaan acara
08.30-11.00	Materi: Membuka Toko Online di Sophee
11.00-11.10	Penutup

Dalam materi yang di sampaikan, selain teori berupa motivasi dan manfaat adanya toko *online*, terdapat praktik langsung yang dilakukan peserta pelatihan guna mengasah dan mempertajam daya ingat dalam proses *upload* produk terutama pada *platform shopee*. Adapun garis besar materi yang di di sampaikan kepada peserta pelatihan yaitu sebagai berikut:

- Bisnis Online: pada awal materi akan diberikan motivasi penting adanya bisnis yang dijalankan secara online, untuk memperluas jangkauan pasar.
- Perbedaan toko *online* dan market *online*: pada materi selanjutnya akan dijelaskan letak perbedaan antara toko *online* dan market *online* yang terkadang di sama artikan oleh masyarakat.
- Top *online market* yang banyak dikunjungi pengguna: selanjutnya akan di tunjukkan beberapa *platform market online* yang banyak di kunjungi pengguna beserta persentase jumlah kunjungan pengguna seperti, blibli, Lazada, shopee, tokopedia, dan lain sebagainya.

- d. Manfaat dan keuntungan berjualan online: pada sub materi ini akan dijelaskan beberapa manfaat dan keuntungan yang akan diperoleh ketika berjualan secara *online*, baik membuka toko *online* langsung maupun membuka toko di *market online* pada beberapa *platform* yang di sediakan secara gratis.
- e. Hal yang perlu dipersiapkan sebelum membuka toko *online*: dalam sub materi ini, akan di jelaskan hal-hal yang harus di peratikan dan perlu di persiapkan peserta ketika hendak membuka toko *online* baik secara pribadi maupun melalui *market online* yang telah tersedia.
- f. Cara membuka toko *online* di *platform shopee*: pada materi ini, akan dijelaskan dan dilakukan praktik langsung oleh seluruh peserta melalui perangkat seluler dan komputer cara mendaftar di salah satu *market online* yaitu *shopee*.
- g. Cara memposting dan membuat deskripsi Produk di *shopee*: pada materi ini akan di jelaskan dan dilakukan praktik langsung oleh peserta cara membuat deskripsi produk yang menarik dan cara mengupload produk di *platform shopee*.

Dokumentasi kegiatan selama sesi pelaksanaan pelatihan berlangsung dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Foto Kegiatan Pelatihan Pemasaran Produk Minyak Wangi pada Toko Shopee

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pengelolaan toko *online* untuk anggota yang tergabung dalam IKAWANGI – Yogyakarta telah terlaksana dengan baik dan berjalan lancar. Kegiatan pelatihan yang dilakukan di respon positif oleh para peserta, hal ini terlihat dari keseriusan peserta dalam mendengarkan, mempraktikkan dan bertanya pada sesi praktik yang di berikan. Dari kegiatan pelatihan yang telah dilakukan, harapannya peserta dapat memahami dan mengetahui cara membuka

toko online di platform shopee serta peserta mengetahui cara *upload* dan membuat deskripsi produk yang menarik. Selain itu, harapannya setelah kegiatan ini, para anggota IKAWANGI dapat menjual minyak wangi melalui platform shopee, sehingga bisnis minyak wangi yang di geluti oleh anggota IKAWANGI - Yogyakarta mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan terimakasih kepada LPPM, seluruh tim dosen dan mahasiswa Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta yang turut terlibat dalam pelaksanaan kegiatan PkM, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Ucapan terimakasih juga penulis ucapkan kepada seluruh anggota yang tergabung dalam IKAWANGI - Yogyakarta, semoga kegiatan pelatihan ini dapat memberikan manfaat dalam mendukung bisnis kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Björkdahl, J. (2020). Strategies for Digitalization in Manufacturing Firms. *California Management Review*, 16(4), 17-36. doi:<https://doi.org/10.1177/0008125620920349>
- Ekspresi, D. (2021). *Sejarah Ikawangi Jakarta dan Perkembangannya*. Retrieved from Dhuta Ekspresi: <https://dhutaekspresi.co.id/sejarah-ikawangi-jakarta-dan-perkembangannya/>
- Harmayani, Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hermiati, R., Asnawati, & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database MySQL. *Jurnal Media Infotama*, 17(1), 54-66. doi:<https://doi.org/10.37676/jmi.v17i1.1317>
- Maulidasari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63-73.
- Naomi, E., & Sulaiman, M. R. (2021). *Buka Toko Online, Ini 6 Keuntungan yang Bisa Anda Dapatkan*. Retrieved from suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2021/10/08/194448/buka-toko-online-ini-6-keuntungan-yang-bisa-anda-dapatkan?page=all>
- Radiansyah, E. (2022). Peran Digitalisasi Terhadap Kewirausahaan Digital: Tinjauan literatur dan Arah Penelitian Masa Depan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2), 828-837. doi:<https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.41351>
- Santoso, R. E., Prawiyogi, A. G., Rahardja, U., Oganda, F. P., & Khofifah, N. (2022). Penggunaan dan Manfaat Big Data dalam Konten Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin (ABDI Jurnal)*, 3(2), 156-160. doi:<https://doi.org/10.34306/abdi.v3i2.836>
- Yusuf, M., Sutrisno, Putri, P. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literatur Review. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 786-801. doi:<http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2268>