

Pelatihan Penggunaan Marketplace Online Untuk 'Aisyiyah Lumajang Dan Warga Sekitar

Rusydi Umar¹, Herman², Miftahuddin Fahmi³, Virasanty Muslimah⁴, Yana Safitri⁵, Zaenudin⁵
Program Studi Magister Informatika, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia,^{1,2,3,4,5}
Program Studi D3 Komputerisasi Akuntansi, Universitas Teknologi Mataram, Mataram, Indonesia⁶
rusydi@mti.uad.ac.id¹, hermankaha@mti.uad.ac.id², 2108048015@webmail.uad.ac.id³,
virasanty2107048003@webmail.uad.ac.id⁴, yana2107048011@webmail.uad.ac.id⁵,
zen3d.itb@gmail.com⁴

ABSTRAK

Erupsi Gunung Semeru yang terjadi pada Desember 2021 telah memakan korban nyawa dan juga perekonomian warga sekitar gunung semeru. Untuk membantu korban yang selamat dari keterpurukan diakibatkan bencana, dibutuhkan sebuah pelatihan untuk memberdayakan warga yang telah banyak kehilangan seseorang yang biasanya menafkahi mereka atau lahan pekerjaan mereka. Pelatihan dilakukan dengan bermitra 'Aisyiyah Lumajang yang telah membantu warga korban erupsi dimulai dari hari terjadinya erupsi. 'Aisyiyah Lumajang telah memiliki toko bernama Asymart yang bertujuan untuk menjual barang dagang baik dari produsen beberapa pabrik seperti supermarket lainnya dan juga menampung dagangan warga terutama warga korban erupsi Gunung Semeru namun masih bersifat tradisional dan tidak ada lahannya dalam dunia digital. Pelatihan ini dilakukan dengan metode pendekatan kualitatif untuk mencapai hasil yang diinginkan bermaterikan marketplace online dengan contoh aplikasi Shopee. Marketplace online memberikan lahan perekonomian yang luas meski secara virtual karena dapat memberikan lahan yang mampu bersaing dengan banyak orang tentu dengan jangkauan yang lebih luas, tidak hanya pada satu daerah saja. Pelatihan ini telah membuat perekonomian yang sudah ada menjadi lebih bersaing dan perekonomian yang dari awal bisa bergabung dalam satu akun *marketplace online*.

Kata kunci: *Marketplace; Shopee; Asymart; Gunung Semeru;*

ABSTRACT

The eruption of Mount Semeru which occurred in December 2021 has claimed lives and the economy of residents around Mount Semeru. To help survivors of the downturn caused by the disaster, training is needed to empower residents who have lost someone who usually supports them or their land of work. The training was carried out in partnership with 'Aisyiyah Lumajang who has helped residents of the eruption victims starting from the day of the eruption. 'Aisyiyah Lumajang already has a shop called Asymart which aims to sell merchandise from manufacturers of several factories such as other supermarkets and also accommodates the merchandise of residents, especially residents of the victims of the eruption of Mount Semeru but it is still traditional and has no land in the digital world. This training is carried out using a qualitative approach method to achieve the desired results with an online marketplace material with an example of the Shopee application. The online marketplace provides a large economic area even though virtually because it can provide land that can compete with many people, of course with a wider reach, not only in one area. This training has made the existing economy more competitive and an economy that can join one online marketplace account from the start.

Keyword: *Marketplace; Shopee; Asymart; Mount Semeru;*

1. Latar Belakang

Erupsi Gunung Semeru yang terjadi pada akhir tahun 2021 telah memakan korban jiwa sebanyak 51 korban. Warga sekitar banyak kehilangan tempat tinggal serta pekerjaan yang diakibatkan oleh bencana tersebut. Beberapa organisasi tergerak untuk membantu para korban, salah satunya yaitu 'Aisyiyah Lumajang. 'Aisyiyah Lumajang telah membantu para korban erupsi Gunung Semeru dengan memberikan bantuan yaitu membangun 200 rumah, memberdayakan kembali warga yang kehilangan pekerjaan, menyembuhkan trauma fisik dan

mental para korban, dan lain sebagainya. Salah satu upaya yang telah berhasil adalah memberdayakan kembali para korban dengan membantu perekonomian mereka melalui berjualan hasil kerajinan, makanan, dan lain sebagainya yang dinamakan 'Aisyiyah Mart (Asymart).

Penjualan yang dilakukan di Asymart bergerak sejak 19 Maret 2022, namun proses bisnis masih dilakukan secara sederhana yaitu penjualan dilakukan di Asymart dan hanya terjangkau di daerah Lumajang. Untuk itu dibutuhkan upaya untuk menambah jangkauan penjualan, salah satunya yaitu penjualan melalui marketplace online. Marketplace online masih terdengar asing bagi para korban dan 'Aisyiyah Lumajang itu sendiri, maka diperlukan sebuah pelatihan untuk memberikan wawasan, cara-cara pemakaian, dan diskusi mengenai marketplace online agar daya saing perekonomian para korban dapat terjangkau secara luas. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi melalui penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang dan jasa secara daring merupakan salah satu perkembangan terbesar dalam mengubah pola hidup manusia dan meningkatkan daya saing bisnis [1][2]. Hal ini ditunjukkan oleh pemanfaatan marketplace yang semakin tinggi dalam jual beli online [3]. Marketplace merupakan salah satu platform jual beli yang bisa siapa saja manfaatkan sebagai sarana promosi gratis, tidak perlu adanya biaya lain untuk mempromosikan setiap produk yang ingin dipasarkan [4]. Hadirnya marketplace tersebut membantu siapa saja yang ingin melakukan penjualan yang lebih efisien, gampang, dan bisa lebih menghemat biaya saat ingin memulai usaha [5].

Salah satu aplikasi marketplace yang sedang hits yaitu Shopee [6]. Shopee adalah layanan belanja online dan juga dapat memasarkan produk. Shopee dibuat dengan sangat user friendly, bahkan bagi mereka yang belum menggunakan platform jual beli manapun pasti bisa menggunakannya [7]. Terlebih lagi pada website Shopee sudah dilengkapi dengan panduan untuk melakukan penjualan pertama kali [8].

2. Metode

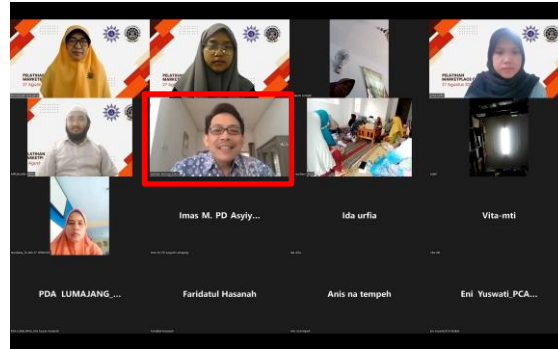
Tahapan pelaksanaan program pemberdayaan umat yaitu [9]: (1) Pembentukan Tim Program Pemberdayaan Umat, selanjutnya disebut Tim Prodamat; (2) Penyusunan proposal kegiatan; (3) Kajian Pustaka; (4) Survei; (5) Pelatihan penggunaan marketplace online; (7) Penyusunan laporan kegiatan; (8) Publikasi kegiatan program pemberdayaan umat dalam jurnal ilmiah.

Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan kualitatif yaitu jenis penelitian yang melukiskan keadaan objek atau peristiwa tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum [2].

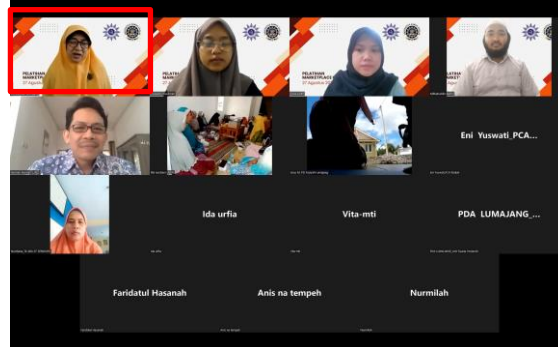
Kegiatan prodamat dilakukan untuk memberikan wawasan tentang marketplace online agar dapat dipraktikkan oleh 'Aisyiyah Lumajang dan warga sekitar.

3. Hasil Dan Pembahasan

Seluruh peserta yang menjadi target kegiatan prodamat adalah anggota 'Aisyiyah Lumajang beserta para korban bencana erupsi Gunung Semeru. Pelaksanaan prodamat dilaksanakan pada hari Sabtu 27 Agustus 2022 secara online. Kegiatan ini dimulai pada pukul 09.00-11.30 WIB dengan pembukaan dan pembacaan susunan acara oleh MC selama 15 menit yang dihadiri oleh peserta secara online maupun offline sebanyak 34 peserta. Pelatihan ini dibuka oleh Herman, S.Kom., M.Sc., Ph.D selaku Dosen Pembimbing selama 10 menit, dapat dilihat pada Gambar 1. Sambutan berikutnya oleh Lilik Nurdiani selaku Ketua 'Aisyiyah Lumajang selama 15 menit, dapat dilihat pada Gambar 2.

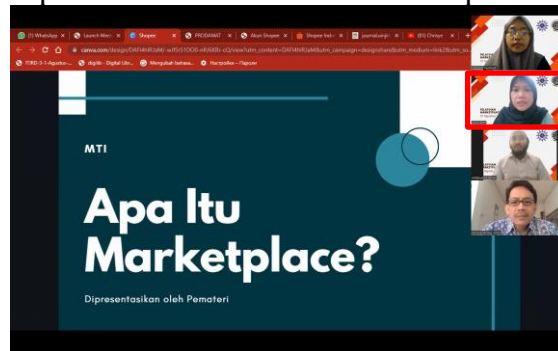


Gambar 1. Sambutan Oleh Dosen Pembimbing Prodamat



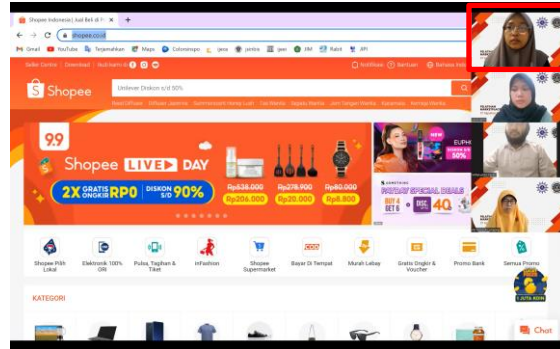
Gambar 2. Sambutan Oleh Ketua 'Aisyiyah Lumajang

Penyampaian materi dibagi menjadi dua sesi materi pertama untuk pengenalan marketplace secara umum maupun marketplace shopee dan materi kedua untuk tutorial pembuatan toko shopee. Pemateri pertama Yana Safitri yang memberikan penjelasan tentang marketplace shopee. Pelatihan sesi pertama dilakukan selama 10 menit, dengan materi pertama penjelasan singkat marketplace, contoh marketplace di Indonesia, pengenalan aplikasi shopee serta keunggulannya. Pemaparan materi oleh Yana Safitri dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyampaian Materi Pertama

Pemateri sesi kedua yaitu Virasanty Muslimah yang memberikan tutorial pembuatan toko shopee serta cara menggunakannya. Pelatihan sesi kedua dilakukan selama 40 menit, dengan materi membuat akun shopee, membuka akun penjual, mendekorasi toko hingga menambahkan produk. Pemaparan materi oleh Virasanty Muslimah dapat dilihat pada Gambar 4.

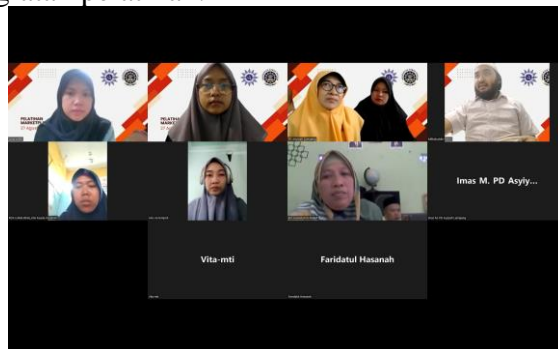


Gambar 4. Penyampaian Materi Kedua



Gambar 5. Penyampaian Materi Yang Dihadiri Peserta Secara Offline

Kegiatan selanjutnya yaitu sesi diskusi dilakukan selama 30 menit. Setelah pemaparan materi dilakukan oleh pemateri, peserta dapat melakukan diskusi atau tanya jawab terakrit pelatihan ini. Pelatihan marketplace shopee sebagai Langkah Pengenalan dan Pemanfaatan Berdagang secara Online untuk 'Aisyiyah Lumajang dan Warga Sekitar ditutup oleh MC dan foto Bersama peserta kegiatan pelatihan.



Gambar 6. Foto Bersama Yang Dihadiri Peserta Secara Online



Gambar 7. Foto Bersama Yang Dihadiri Peserta Secara Offline

Hasil dari kegiatan prodamat ini adalah 'Aisyiyah Lumajang dan Warga Sekitar dapat mempraktikkan untuk membuka toko online shopee sebagai bagian dari pelayanan Asymart serta masing-masing usaha mereka.

4. Kesimpulan

Simpulan dari program pemberdayaan umat yang dilakukan oleh Magister Informatika Universitas Ahmad Dahlan (UAD) telah berjalan dengan baik. Menurut angket yang telah dipaparkan, sebanyak 34 peserta yang sebelumnya hanya dua peserta memahami marketplace online, satu peserta memahami dan memiliki akun marketplace online, dan 31 peserta masih awam mengenai marketplace online. Setelah dilakukan pelatihan, sebanyak 12 peserta memahami marketplace online dan 22 peserta lainnya dibutuhkan pendampingan lebih dalam lagi. Selama sesi diskusi dan tanya jawab, pendampingan yang dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada 22 peserta. Upaya interaktif yang dilakukan dalam diskusi telah berhasil membuat peserta semakin memahami mengenai marketplace online.

Saran dari program pemberdayaan umat kepada para korban erupsi Gunung Semeru yaitu dibutuhkan pelatihan selanjutnya yang dapat menambah kemampuan dan keterampilan dalam bekerja sehingga bisa membantu finansial dan membangun bisnis secara internal yang dibantu oleh mitra. 'Aisyiyah Lumajang sebagai mitra pelatihan yang kinerjanya sangat bagus dalam mengupayakan dan membantu keberlangsungan pelatihan hingga mencapai hasil yang diinginkan. 'Aisyiyah Lumajang juga bisa dijadikan mitra untuk pelatihan selanjutnya dalam memberdayakan warga Lumajang terutama para korban erupsi Gunung Semeru.

5. Pustaka

- [1] D. Irawan and M. W. Affan, "Pelatihan Penggunaan Mobile Marketplace Pada Kelompok Tani Sayur Desa Torong Rejo Batu," *J. Pengabd. dan Peningkatan Mutu Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 90–95, Jul. 2021, doi: 10.22219/janayu.v2i2.16007.
- [2] E. Setiawan and O. Irawan, "Analisis Pengembangan Bisnis Syariah Dengan Business Model Canvas Pada Toko Online Suara Muhammadiyah," *Al-Urban J. Ekon. Syariah dan Filantr. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 95–106, Jun. 2019, doi: 10.22236/alurban_vol3/is2pp1-11.
- [3] N. Ittaqullah, R. Madjid, and N. R. Suleman, "The effects of mobile marketing, discount, and lifestyle on consumers' impulse buying behavior in online marketplace," *Int. J. Sci. Technol. Res.*, vol. 9, no. 3, pp. 1569–1577, 2020.
- [4] Y. Yan, R. Zhao, and Z. Liu, "Strategic introduction of the marketplace channel under spillovers from online to offline sales," *Eur. J. Oper. Res.*, vol. 267, no. 1, pp. 65–77, May 2018, doi: 10.1016/j.ejor.2017.11.011.
- [5] D. C. Nunziato, "The Marketplace of Ideas Online," *SSRN Electron. J.*, vol. 94, no. 4, pp. 1519–1584, 2019, doi: 10.2139/ssrn.3405381.
- [6] S. M. T. Pandiangan, I. N. Resmawa, O. D. P. Simanjuntak, P. N. Sitompul, and R. Jefri, "Effect of E-Satisfaction on Repurchase Intention in Shopee User Students," *Budapest Int. Res. Critics Institute-Journal*, vol. 4, no. 4, pp. 7785–7791, 2021.
- [7] N. F. Amrudhia and S. Nurfebiaraning, "The '9.9 Super Shopping Day' Advertisement Video and Its Impact on Shopee Users on TikTok," *Kanal J. Ilmu Komun.*, vol. 10, no. 1, pp. 22–27, Sep. 2021, doi: 10.21070/kanal.v9i3.1227.
- [8] E. Japarianto and S. Adelia, "Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee," *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 14, no. 1, pp. 35–43, Mar. 2020, doi: 10.9744/pemasaran.14.1.35-43.
- [9] L. Hakim, "Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen," *Loyal. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 74–91, 2019.