

## **Optimalisasi Online Marketing melalui Marketplace Shopee Produk UMKM Kopi Kutjur Sumberrejo Purwosari Pasuruan**

**Any Urwatul Wusko**

*Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Any Urwatul Wusko

**E-mail:** [anieurwah@yudharta.ac.id](mailto:anieurwah@yudharta.ac.id)

### **Abstrak**

*Dalam setiap perusahaan yang melakukan aktivitas penjualan produk akan terdapat inovasi sebuah produk. Hal ini akan memerlukan sebuah upaya optimalisasi online marketing di dalamnya, karena dengan adanya upaya optimalisasi online marketing maka diharapkan sebuah perusahaan dapat meminimalisir terjadinya kesalahan atau permasalahan yang ada. Metode dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan Partisipatoris, dimana dalam tahap ini penulis berusaha untuk memberikan dorongan serta mendukung masyarakat dalam berbagai kegiatan keseharian. Hasil dari pengabdian ini bahwa UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet memerlukan upaya optimalisasi online marketing, Pemanfaatan digital marketing memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi, dan memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar serta menjadi media penting untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Dalam pengoptimalan strategi pemasaran perlu dilakukan evaluasi berkala pada setiap strategi pemasarannya, akan menemukan kendala-kendala yang seharusnya menjadi prioritas untuk diperbaiki secara terus menerus.*

**Kata kunci** - *Optimalisasi, marketing, marketplace, UMKM, Kopi*

### **Abstract**

*In every company that carries out product sales activities there will be product innovation. This will require efforts to optimize online marketing within it, because with efforts to optimize online marketing, it is hoped that a company can minimize the occurrence of errors or existing problems. This method of community service is carried out using a participatory approach, where at this stage the author tries to provide encouragement and support the community in various daily activities. The result of this service is that UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet requires efforts to optimize online marketing. The use of digital marketing provides new hope for MSMEs to survive and develop into centers of economic power, and provides opportunities to expand market reach and become an important medium for communicating with customers. In optimizing marketing strategies, it is necessary to carry out regular evaluations of each marketing strategy, to find obstacles that should be a priority for continuous improvement.*

**Keywords** - *Optimization, marketing, marketplace, UMKM, Coffee*

## **PENDAHULUAN**

UMKM adalah istilah yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat. Kepanjangan dari UMKM yakni Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pemerintah telah menetapkan pengertian UMKM dan kriterianya, yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM UD. Sampun Slamet adalah usaha yang memproduksi Kopi Bubuk. Usaha Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet ini didirikan oleh Ibu Hardiana Ririn Dianik pada tahun 2018 yang beralamat di Desa Sumberrejo Rt.06/Rw.02 Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan. Dalam setiap perusahaan yang melakukan aktivitas penjualan produk akan terdapat inovasi sebuah produk. Hal ini akan memerlukan sebuah upaya optimalisasi online marketing di dalamnya, karena dengan adanya upaya optimalisasi online marketing maka diharapkan sebuah perusahaan dapat meminimalisir terjadinya kesalahan atau permasalahan yang ada. Karena, di era yang serba digital ini, digital marketing atau online marketing menjadi metode baru yang sangat berperan penting dalam memasarkan suatu bisnis. Dan upaya optimalisasi digital marketing atau online marketing ini cocok dengan kebiasaan konsumen saat ini. Serta tingginya penggunaan media sosial juga tumbuhnya marketplace yang sangat signifikan di Indonesia juga menjadi alasan utama mengapa upaya optimalisasi digital marketing atau online marketing ini sangat perlu dilakukan. Optimalisasi merupakan suatu proses mengoptimalkan sesuatu atau proses menjadikan sesuatu menjadi yang paling baik. Sedangkan menurut beberapa ahli berpendapat bahwa optimalisasi merupakan suatu upaya untuk meningkatkan kinerja sehingga mempunyai kualitas yang baik dan hasil kerja yang tinggi. Digital marketing atau online marketing diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Kegiatan pemasaran untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan memanfaatkan penjualan melalui media sosial, website, email, bahkan augmented reality (Andi Yulianto dan Robby Setiadi 2022).

Marketplace memiliki konsep seperti pasar tradisional yang seakan-akan berada di internet. Pemilik marketplace memiliki peran sebagai pihak yang mempertemukan antara penjual dengan pembeli pada website mereka. Melihat manfaat dan keuntungannya yang luas, sudah tentu penggunaan marketplace akan banyak bermanfaat dan membantu tumbuh kembangnya pelaku usaha kecil yang memiliki produk berpotensi dan dibutuhkan oleh pasar. Saat ini Shopee yang merupakan marketplace banyak digunakan oleh para penjual online di Indonesia, dan Marketplace Shopee saat ini juga dimanfaatkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). (Latifah, 2020) aplikasi Ecommerce ini memberikan kepercayaan dalam bentuk jaminan dan memberikan kemudahan dalam bertransaksi serta penilaian dan rekomendasi dari pelanggan menjadi bentuk support dan layanan pada marketplace shopee dalam upaya meyakinkan kepercayaan para penggunanya di Indonesia saat ini. Seperti halnya pada tahun 2015 shopee pertama kali ada di Indonesia dan menjadi situs penjualan online yang paling diminati oleh masyarakat (Bachdar,2018). Dari berbagai riset menyimpulkan bahwa pemasaran online melalui marketplace shopee membantu mempermudah dalam bertransaksi jual beli antar pelanggan, dan disetiap pemasaran maupun didalam marketplace shopee atau yang lainnya disitu pasti dibutuhkan yang namanya upaya optimalisasi. Hal ini mendorong UMKM UD. Sampun Slamet untuk meningkatkan pemahaman mengenai upaya pemasaran atau penjualan online melalui marketplace shopee. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengangkat tema "Upaya Optimalisasi Online Marketing Melalui Marketplace Shopee Pada Produk Di UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet Sumberrejo Purwosari.

## **METODE**

Metode yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan Partisipatoris. Pendekatan partisipatoris ini merupakan metode yang bersifat dari atas ke bawah (bottom-up), dimana dalam tahap ini penulis berusaha untuk memberikan dorongan serta mendukung masyarakat dalam berbagai kegiatan keseharian. Metode pelaksanaan kegiatan PKN ini terdiri dari : wawancara, observasi, dan partisipasi aktif.

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

- a. Wawancara  
Wawancara ini dilakukan untuk mencari informasi dan keterangan mengenai data-data yang dibutuhkan selama kegiatan pengabdian masyarakat. Wawancara langsung ini dilakukan dengan pendamping atau pemilik dari UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet yang berkaitan dengan proses pemasaran dengan melakukan tanya jawab secara langsung serta mengetahui hal-hal yang belum dimengerti untuk memperoleh informasi sesuai dengan topik yang dibahas.
- b. Observasi  
Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dimana tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek lainnya. Jadi, observasi yaitu metode pengamatan langsung pada obyek untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan laporan. Penulis melakukan observasi selama 2 kali yang dilakukan pada UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet.
- c. Partisipasi Aktif  
Mulyono Tjokrowinoto dalam Suryosubroto (2002:278), mengemukakan bahwa partisipasi adalah penyertaan mental dan emosi seseorang di dalam situasi kelompok yang mendorong mereka untuk mengembangkan daya pikir dan perasaan mereka bagi tercapainya tujuantujuan, bersama bertanggung jawab terhadap tujuan tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Digital marketing atau online marketing diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Kegiatan pemasaran untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan memanfaatkan penjualan melalui media sosial, website, email, bahkan augmented reality (Andi Yulianto dan Robby Setiadi 2022: 109). Pemanfaatan digital marketing memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi karena era digital memang tidak dapat untuk dihindari.

Pengembangan media promosi berbasis online dengan menggandeng layanan pembelian berbasis aplikasi. Penggunaan aplikasi memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan menjadi media penting untuk berkomunikasi dengan pelanggan (Narto dan HM, 2020). Jadi, dalam setiap umkm yang melakukan aktivitas penjualan produk pasti akan memerlukan upaya optimalisasi digital marketing. Karena, di era yang serba digital ini, digital marketing atau online marketing menjadi metode baru yang sangat berperan penting dalam memasarkan suatu bisnis dan upaya optimalisasi digital marketing atau online marketing ini cocok dengan kebiasaan konsumensaat ini. Serta tingginya penggunaan media sosial juga tumbuhnya marketplace yang sangat signifikan di Indonesia juga menjadi alasan utama mengapa upaya optimalisasi digital marketing atau online marketing ini sangat perlu dilakukan.

Salah satu tips agar bias lebih memaksimalkan teknik digital marketing atau online marketing yaitu melakukan evaluasi disetiap strategi pemasarannya, dengan begitu peneliti membantu dengan memberi inovasi dalam foto produk dan juga penguploadan dalam marketplace shopee.

### **A. Inovasi Foto Produk**

Bagi perusahaan kecil (*small business*) inovasi merupakan jantung bagi kemampuan perusahaan kecil untuk dapat bersaing dengan pesaing mereka (Hadiyati, 2012). Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan manusia (Scarborough dan Cornwall, 2016:57). Kunci untuk dapat bertahan tumbuh, dan tetap menguntungkan adalah dengan terus-menerus berinovasi mengembangkan produk dan proses baru (Hartman, Tower dan Sebor dalam Indriani dan prasyowati, 2008; Tohidi dan Jabbari, 2012).

Penerapan dari inovasi foto produk pada UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet Sumberrejo Purwosari Pasuruan adalah untuk menarik minat beli konsumen dengan membuat foto produk yang jadul menjadi lebih menarik, jelas, dan bagus. Selain itu juga agar dalam proses pemasaran kopi kutjur

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

dapat memperlihatkan foto produk yang baik, jelas, serta memiliki tingkat pencahayaan yang cukup. Yang awalnya foto produk pada UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet ini hanya sebatas foto biasa dengan background seadanya berupa dinding atau background alam, serta tatanannya yang kurang menarik dan kurang indah untuk dilihat.

Berikut adalah gambar foto produk pada UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet:



**Gambar 1.**

Produk Sebelum inovasi

Sumber: UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet Purwosari Pasuruan, 2023

Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa pembaharuan foto produk diperlukan pada UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet untuk bisa menarik minat beli konsumen. Penulis berinisiatif untuk membuat foto produk menjadi lebih menarik agar bisa menarik minat beli konsumen pada produk UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet.

Dengan merubah foto produk menjadi lebih jelas, simple, dan jelas, kemungkinan besar dapat menarik minat beli dari para calon konsumen. Berikut adalah gambar foto produk baru yang dibuat oleh penulis:



**Gambar 2.**

Produk setelah inovasi

Sumber: Penulis 2023

## B. Marketplace Shopee

Digital marketing atau online marketing menurut (Prabowo, 2018; Siswanto, 2015) membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. Digital Marketing atau online marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak. Marketplace Shopee saat ini dimanfaatkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). (Latifah,

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

2020) aplikasi E-commerce memberikan kepercayaan dalam bentuk jaminan dan memberikan kemudahan dalam bertransaksi serta penilaian dan rekomendasi dari pelanggan menjadi bentuk support dan layanan pada marketplace shopee dalam upaya meyakinkan kepercayaan para penggunanya di Indonesia saat ini. Penerapan digital marketing atau online marketing ini menggunakan marketplace shopee, dimana kami melakukan pendampingan dengan ibu ririn selaku pemilik dari UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet yang memegang akun shopee dan nantinya agar ibu ririn dapat mengembangkan atau memaksimalkan pemasaran melalui akun tersebut. Berikut adalah akun shopee yang sudah dibuat oleh pemilik UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet:

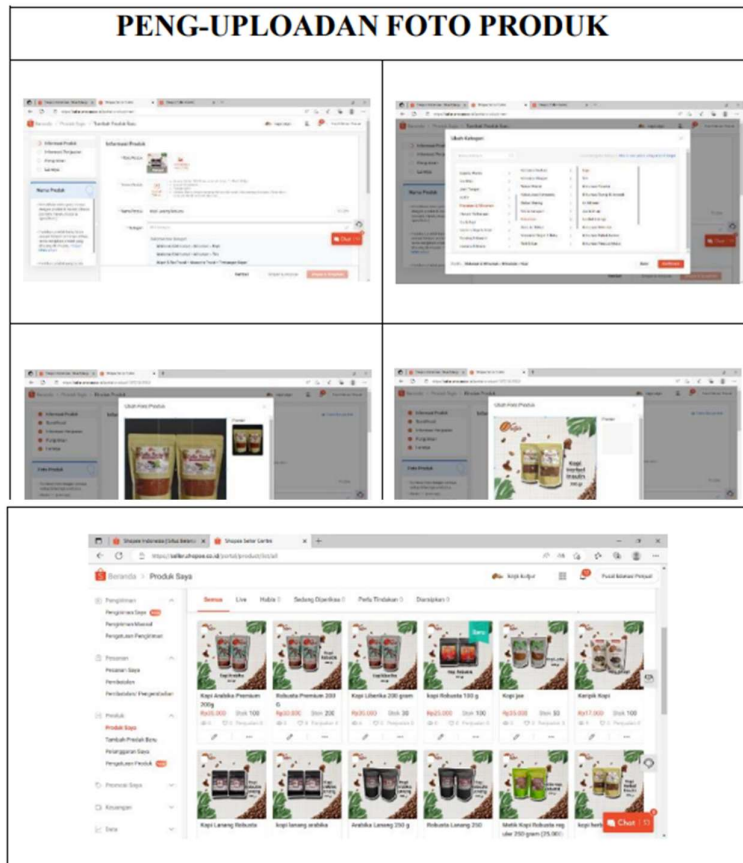


**Gambar 3.**

Akun shopee UMKM UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet Sumberrejo Purwosari Pasuruan.

Sumber: UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet Sumberrejo Purwosari Pasuruan, 2023

Langkah pertama yang dilakukan yaitu upload gambar pada aplikasi shopee, kerana UMKM ini sudah memiliki akun shopee sehingga penulis tinggal melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu upload produk UMKM:



**Gambar 4.**

Upload produk UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet pada aplikasi shopee  
Sumber: UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet Sumberrejo Purwosari Pasuruan, 2023

Dapat dilihat pada gambar diatas menunjukkan produk Kopi UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet yang sudah diupload pada akun shopee. Program yang dilakukan oleh penulis mampu membuat konsumen terpicat atau tertarik untuk membelinya, dan produk dikenal lebih luasserta memperkenalkan produk secara online serta memperluas pangsa pasar. UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet telah upload produknya. Ini merupakan perkembangan yang baik bagi UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet, yang awalnya hanya melakukan pemasaran secara offline sekarang bisa dengan pemasaran online juga dan ini membuat pangsa pasar menjadi lebih luas lagi.

Setelah dilakukannya upaya optimalisasi online marketing melalui cara inovasi foto produk pemilik menjadi mengetahui dan mengerti manfaat akan pentingnya penggunaan foto produk yang baik dan unik dalam pemasaran agar nilai jual produk yang ditawarkan meningkat serta pembeli merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan sehingga berlanjut pada proses pembelian. Sebelum adanya inovasi produk persentase penjualan 0%, dan setelah adanya inovasi foto ptduduk ini persentase penjualan menjadi 40%. Jadi kenaikan yang terjadi sebesar 40% akibat dari adanya novasi tersebut. Dengan semikian ketika permintaan pembelian semakin naik atau semakin banyak, maka omset menjadi lebih bertambah atau tinggi daripada sebelumnya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa *Pertama*, UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet memerlukan upaya optimalisasi online marketing, karena optimalisasi adalah suatu proses yang dilakukan dengan menggunakan cara terbaik dalam suatu pemasaran untuk mendapatkan keuntungan yang paling baik. *Kedua*, Pemanfaatan digital marketing memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi, dan memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar serta menjadi media penting untuk berkomunikasi dengan pelanggan. *Ketiga*, Dalam pengoptimalan strategi pemasaran UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet perlu melakukan evaluasi disetiap strategi pemasarannya, seperti dengan memberi inovasi foto produk. Sehingga dengan adanya pembuatan foto produk tersebut dapat membantu pengelolaan pemasaran UMKM untuk dapat memberikan informasi kepada konsumen dengan baik dan jelas. Dengan foto produk yang bagus dan jelas juga akan menimbulkan keinginan atau ketertarikan konsumen untuk dapat menentukan keinginannya dalam melakukan pembelian produk tersebut.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih yang tak terhingga kepada UMKM Kopi Kutjur UD. Sampun Slamet Sumberrejo Purwosari Pasuruan yang telah memberikan pengalaman yang sangat menarik bagi penulis, serta kolega Dosen Universitas Yudharta Pasuruan yang telah membantu terselesainya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andi Yulianto., M.M dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M. 2022. Digital Marketing, Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Bachdar, S. (2018). Mengapa Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Sering Diakses? No Title. Retrieved May 20, 2019, from
- Hadiyati, E. (2012). Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 135–151.
- Indriani, F., & Prasetyowati, E. (2008). Studi Mengenai Inovasi Produk Pada Usaha Kecil Kerajinan Ukiran Di Jepara. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, VII (2), 249–272.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82.
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54.
- Prabowo, W. A. 2018. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational
- Siswanto, T. 2015. Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2016). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. (Eighth Edition). London: Pearson.
- Tohidi, H., & Jabbari, M. M. (2012). Product Innovation Performance in Organization. *Procedia Technology*, 1, 521–523.
- Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)