



Optimalisasi Eksposur Bisnis melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Marketplace Shopee dan Fanpage Facebook

**Anindita Imam Basri^{a,1*}, Agis Puji Asnawati^{a,2}, Aptirpianus Dandi^{a,3},
Anisa Bayu Zahroni^{a,4}, Rida Nur Firdaus^{a,5}, Febriana Dewi Puspitaningrum^{a,6}**

^a Universitas PGRI Yogyakarta, Indonesia

¹ anindita@upy.ac.id*

Informasi artikel

Received: 23 Januari 2025;

Revised: 12 Februari 2025;

Accepted: 28 Maret 2025.

Kata kata kunci:

Pasar Digital;

Halaman Penggemar;

Tingkat Keterlihatan Bisnis.

: **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keunggulan daya saing pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah melalui pelatihan pemanfaatan marketplace Shopee sebagai media penjualan dalam jaringan serta halaman penggemar Facebook sebagai sarana untuk meningkatkan eksposur bisnis pada kelompok usaha LO78 Group. Kegiatan ini melibatkan sepuluh orang karyawan yang mengikuti pelatihan secara aktif. Pelatihan dilaksanakan melalui sesi pembelajaran interaktif yang mencakup pemaparan materi, demonstrasi pembuatan akun pada platform Shopee dan halaman penggemar Facebook, serta praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan dampak yang positif, ditandai dengan peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran digital. Para peserta mampu mengelola akun dan memahami cara memasarkan produk serta membangun interaksi dengan pelanggan secara lebih efektif. Sebagian besar peserta juga menyatakan kepuasan terhadap materi, metode penyampaian, dan pendampingan yang diberikan oleh tim pelaksana kegiatan. Pelatihan ini juga memotivasi peserta untuk mulai mengembangkan branding bisnis secara lebih profesional. Selain itu, kemampuan menggunakan media sosial secara strategis dinilai sangat relevan dengan perkembangan tren pemasaran digital saat ini.

ABSTRACT

Optimization of Business Exposure through Digital Marketing Training Based on Shopee Marketplace and Facebook Fanpage. This community service activity aims to enhance the competitive advantage of micro, small, and medium-sized enterprises through training on the utilization of the Shopee marketplace as an online sales platform and Facebook fan pages as a means to increase business exposure, specifically within the LO78 Group business community. The activity involved ten employees who actively participated in the training. The training was delivered through interactive learning sessions that included material presentations, demonstrations on creating Shopee accounts and Facebook fan pages, as well as hands-on practice. The results indicate that the training had a positive impact, as evidenced by participants' improved understanding of digital marketing strategies. Participants were able to manage accounts independently and understood effective ways to market products and engage with customers online. Most participants expressed satisfaction with the content, delivery methods, and guidance provided by the facilitators. The training also motivated participants to begin developing their business branding more professionally. In addition, the ability to use social media strategically was considered highly relevant to current digital marketing trends.

Keywords:

Marketplace;

Fanpage;

Business exposure.

Copyright © 2025 (Anindita Imam Basri, dkk). All Right Reserved

How to Cite : Basri, A. I., Asnawati, A. P., Dandi, A., Zahroni, A. B., Firdaus, R. N., & Puspitaningrum, F. D. (2025). Optimalisasi Eksposur Bisnis melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Marketplace Shopee dan Fanpage Facebook. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 68–75. <https://doi.org/10.56393/jpkm.v5i1.3077>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). All readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM berperan sebagai fondasi penting dalam menopang stabilitas ekonomi nasional, khususnya pada masa krisis (Affan, 2022). Selain itu, UMKM juga memiliki posisi strategis dalam sistem perekonomian Indonesia karena jumlahnya yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan usaha skala besar serta kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja secara lebih luas (Suci, 2017).

Perkembangan teknologi yang pesat telah memunculkan berbagai inovasi, termasuk yang mengubah cara manusia berinteraksi satu sama lain. Dengan semakin luas dan mudahnya akses jaringan internet, pertukaran informasi secara digital menjadi lebih cepat dan efisien (Faruk, Rahman, & Hasan, 2021). Sebagian besar individu kini menghabiskan banyak waktu berselancar di dunia maya, baik untuk kepentingan bisnis maupun hiburan. Kebiasaan ini secara tidak langsung membuat alat pemasaran tradisional, seperti koran, majalah, radio, dan poster, menjadi kurang efisien dalam menjangkau target konsumen.

Pesatnya perkembangan dunia digital telah mengubah tren pemasaran dari yang awalnya konvensional, di mana interaksi antara pembeli dan penjual lebih sering dilakukan secara tatap muka, menjadi digital atau online (Mahaini et al., 2022). Pemasaran digital menawarkan metode baru untuk menjangkau konsumen, menyebarkan informasi, membangun kedekatan dengan konsumen, melakukan penjualan, serta menyediakan layanan pendukung melalui pemanfaatan media digital (Lamberton & Stephen, 2016; Sholihannisa & Ma'sum, 2021). Oleh karena itu, pemasaran digital dianggap lebih efisien, baik dari segi biaya maupun waktu (Pinariya et al., 2021).

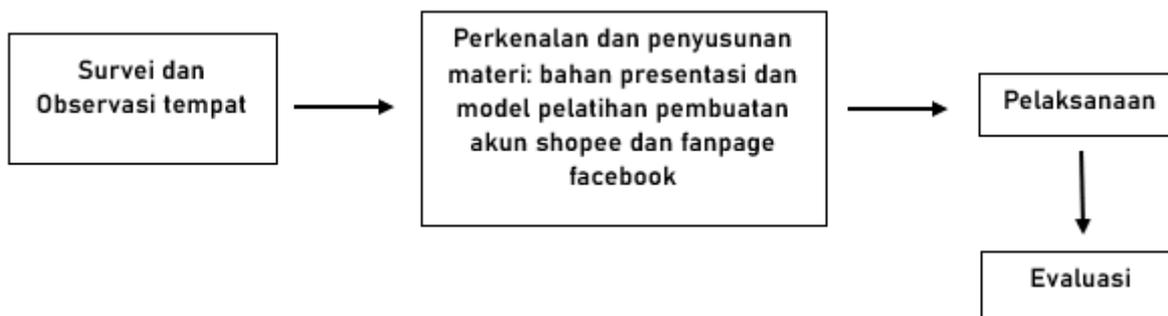
Mitra kegiatan pengabdian ini adalah UMKM LO78 GROUP, yang beralamat di Jl. Imogiri - Siluk No. 1, Siluk 1, Selopamioro, Kec. Imogiri, Kabupaten Bantul, D.I.Y 55782. UMKM LO78 GROUP bergerak di bidang ritel dan terletak di Kabupaten Bantul. Usaha ini menjual berbagai macam produk, seperti dress, kebaya, dan baju couple, yang dapat dipesan melalui platform e-commerce seperti Tiktok Shop dan Lazada. Berdasarkan hasil observasi di lapangan serta wawancara dengan pemilik LO78 GROUP, salah satu kendala yang dihadapi adalah pemasaran digital di marketplace yang masih belum optimal, serta ketiadaan platform media sosial, seperti halaman Facebook, untuk memperluas jangkauan pasar. Masalah ini berdampak negatif terhadap tingkat penjualan produk.

Salah satu bentuk media yang paling banyak digunakan dalam pemasaran digital adalah aplikasi *online marketplace*. Aplikasi *online marketplace* merupakan sebuah media "pasar terbuka" secara online di mana penjual dan pembeli dapat mendaftar dan kemudian melakukan transaksi bisnis (Kim, Kwon dan Chang, 2011). Populernya *online marketplace* didukung oleh beragamnya jenis produk yang ditawarkan, keamanan dalam proses transaksi, serta kemudahan dalam pembuatan promosi dan pengelolaan transaksi (Agustiningrum dan Andjarwati, 2021). Aplikasi Shopee dipilih sebagai *online marketplace* yang digunakan karena merupakan aplikasi *marketplace* yang memiliki kenaikan jumlah kunjungan terbesar pada tahun 2021, yaitu sebesar 134,4 juta kunjungan (Aeni, 2022). Selain shopee media yang bisa digunakan yaitu facebook Fanpage biasa disebut sebagai "Halaman Facebook" adalah fitur pada Facebook yang disediakan untuk publik seperti pelaku bisnis, organisasi, artis atau public figure, tokoh publik, merek dan lain sebagainya.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan marketplace Shopee sebagai media penjualan online dan Fanpage facebook untuk meningkatkan eksposur bisnis di LO78 GROUP. Target peserta pelatihan ini adalah karyawan yang bekerja di UMKM LO78 GROUP yang belum atau sedang memanfaatkan *online marketplace* sebagai media pemasaran dan penjualan produk. Target jangka panjang dari kegiatan ini, LO78 GROUP mau dan mampu mengoptimalkan penggunaan *online marketplace* shopee dan juga Fanpage Facebook sehingga diharapkan akan terjadi peningkatan penjualan.

Metode

Metode pelaksanaan pengabdian ini yakni pelatihan yang dilakukan dalam beberapa tahapan, diantaranya survei dan observasi tempat, pengenalan dan penyusunan materi: bahan presentasi dan modul pelatihan pembuatan akun Shopee dan Fanpage. Berdasarkan Kautsar & Prabowo (2017) tahapan-tahapan yang digunakan dalam pelatihan kewirausahaan yaitu motivasi berwirausaha, pelatihan perencanaan bisnis dan pelatihan promosi serta pemasaran. Gambar 1 menunjukkan ilustrasi alur metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Langkah pertama dalam kegiatan pengabdian ini adalah melakukan survei dan observasi di lokasi UMKM LO78 GROUP yang beralamat di Jl. Imogiri - Siluk No. 1, Siluk 1, Selopamioro, Kec. Imogiri, Kabupaten Bantul, D.I.Y 55782, dengan tujuan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi. Subjek kegiatan pengabdian ini adalah 10 orang karyawan LO78 GROUP. Setelah itu, dilakukan pengenalan dan penyusunan materi pelatihan, yang meliputi bahan presentasi dan modul pelatihan. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa permasalahan utama UMKM ini terletak pada pemanfaatan aplikasi Shopee dan fanpage Facebook yang masih belum maksimal, di mana banyak karyawan yang belum memahami cara memanfaatkan platform-platform tersebut untuk pemasaran produk. Oleh karena itu, pelatihan dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan aplikasi Shopee dan halaman Facebook sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Metode pelatihan yang digunakan mencakup ceramah, praktik langsung, dan tanya jawab, di mana peserta diberikan materi tentang cara membuat akun Shopee dan fanpage Facebook, penggunaan fitur-fitur untuk bisnis, serta strategi promosi digital. Evaluasi dilakukan selama dan setelah pelatihan untuk menilai partisipasi, keaktifan peserta dalam diskusi, dan kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi yang telah diajarkan, terutama pada sesi praktik..

Hasil dan pembahasan

Survei dan observasi tempat merupakan tahapan pertama yang dilakukan tim pengabdian untuk melihat permasalahan yang ada di tempat pengabdian tersebut dengan cara bertemu dan berdiskusi secara langsung dengan owner LO78 GROUP. Pengabdian membahas terkait tujuan pengabdian dan memberikan penjelasan singkat terkait rencana pelatihan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran dan memperluas jangkauan produk UMKM yang tergabung di bawah LO78 GROUP.

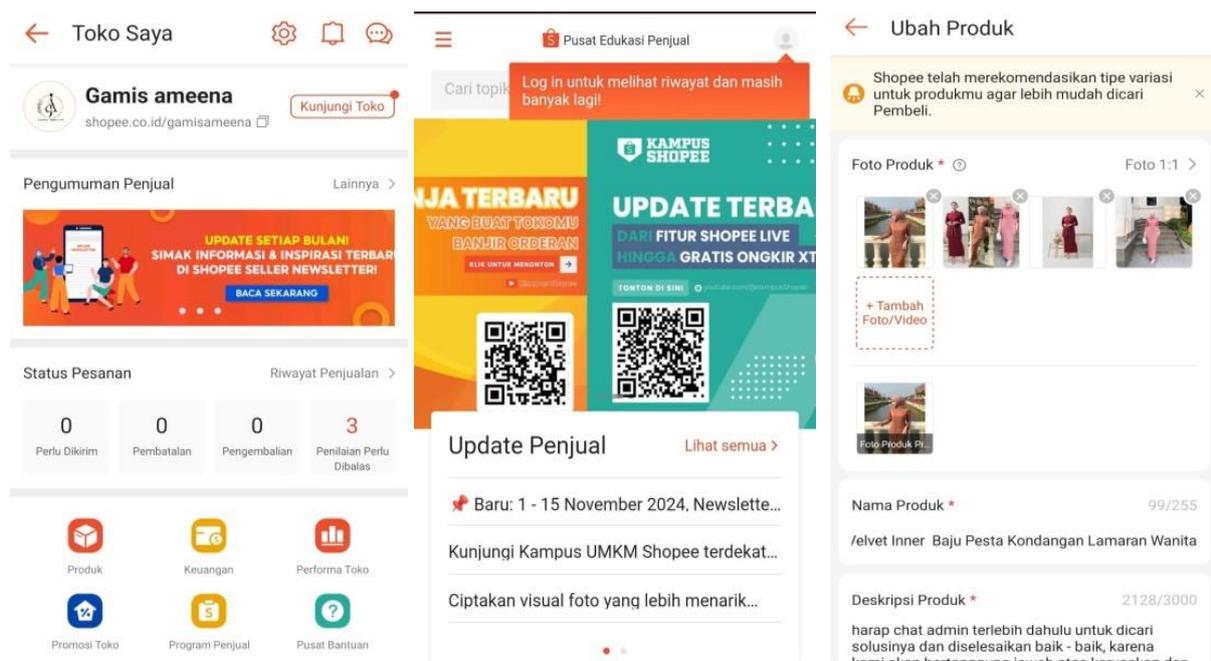
Tahapan kedua adalah pengenalan dan penyusunan materi dari team pengabdian. Dalam tahap ini, team memperkenalkan program ini kepada peserta dan menyusun materi pelatihan berupa bahan presentasi dan modul. Materi tersebut mencakup panduan langkah demi langkah untuk pembuatan akun Shopee dan Fanpage Facebook, yang berguna untuk membantu peserta menguasai dasar-dasar penggunaan *marketplace* serta memperluas jangkauan pemasaran produk mereka secara online. Pemateri memiliki kompetensi dalam bidang terkait untuk melakukan proses pelatihan. Sehingga dari

hasil pelatihan harapannya dapat tercapai dengan maksimal. Gambar 1 berikut adalah kegiatan dan penyusunan materi yang akan disampaikan oleh team pengabdian.



Gambar 1. Perkenalan dan Penyusunan Materi

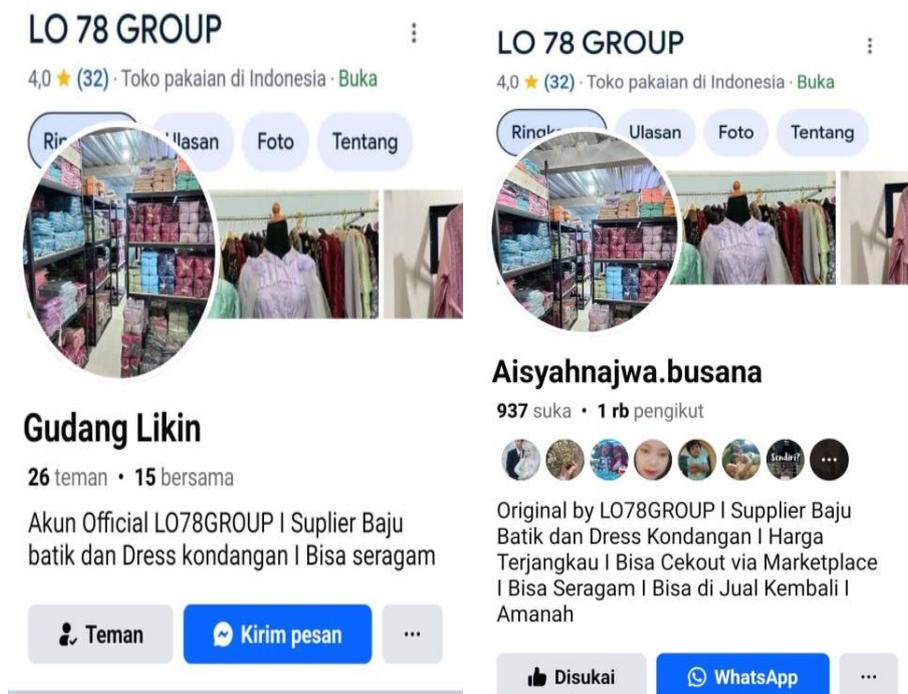
Tahapan ketiga adalah pelaksanaan kegiatan yang diikuti oleh 10 peserta yang merupakan karyawan dari LO78 GROUP. Semua materi disampaikan oleh tim pengabdian. Materi pelatihan pertama berisi tentang teknik menggunakan aplikasi online marketplace. Materi yang disampaikan mulai dari teknik membuat toko online, mengatur identitas toko, mengelola rekening, menambahkan produk, mengelola transaksi mulai dari mengemas produk berdasarkan jenisnya, menentukan jasa pengiriman, mencetak resi, mengecek saldo, melakukan penarikan saldo ke rekening, membuat promosi toko, mengikuti campaign, pengelolaan fitur chat, membuat fake buyer dan memasang iklan di shopee.



Gambar 2. Materi Praktik Membuat Toko di Online Marketplace

(sumber: <https://seller.shopee.co.id/edu/home>)

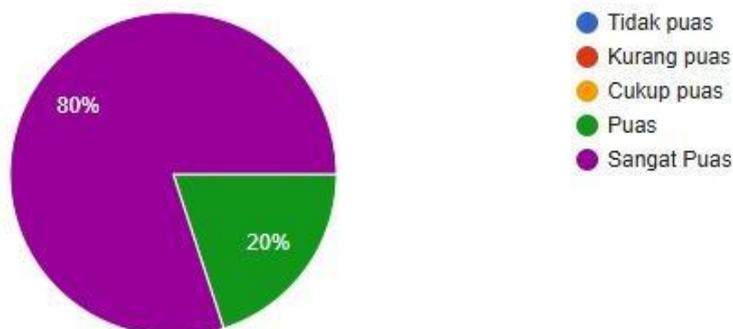
Materi pelatihan kedua berisi tentang teknik penggunaan sosial media fanpage facebook. Materi yang disampaikan mulai dari teknik membuat akun fanpage facebook, mengatur identitas fanpage, teknik mendatangkan followers, dan pembuatan konten serta posting konten. Gambar 3 berikut adalah sesi pelaksanaan dan penyampaian materi oleh tim pengabdian.



Gambar 3. Materi Praktik Membuat Akun Fanpage di Facebook
(sumber: <https://www.facebook.com/share/A1SDHfizpDWhJttd/>)

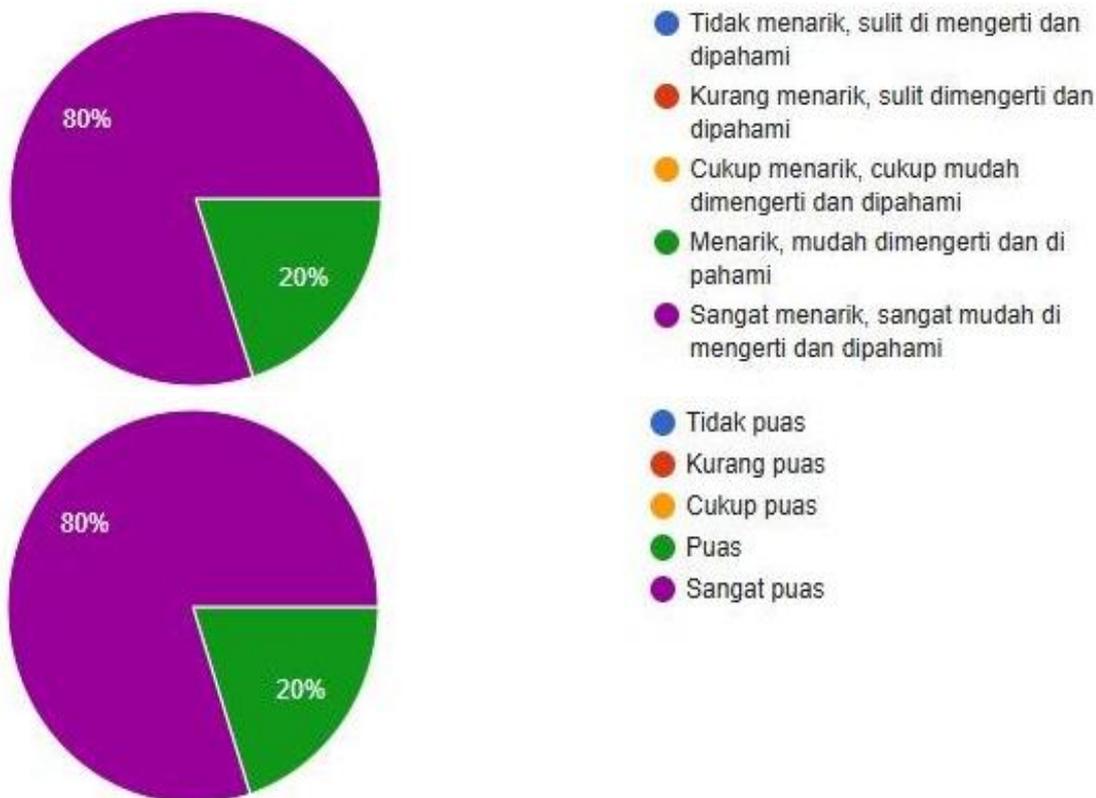
Evaluasi dilakukan selama workshop dan setelahnya dengan menggunakan kuesioner. Selama workshop terlihat antusias yang tinggi untuk mengikuti pelatihan, peserta juga tidak ragu untuk menanyakan beberapa hal yang kurang dipahami baik dalam sesi materi maupun sesi praktik. Kuesioner menunjukkan respon yang cukup positif dari peserta. Berdasarkan hasil data kuesioner pada Gambar 4 menunjukkan sebanyak 80% peserta memberikan respon sangat puas dan 20% puas terhadap keseluruhan pelatihan. Peserta mengakui bahwa pelatihan ini sangat membantu dan bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka. Dari umpan balik kuesioner juga didapatkan bahwa pelatihan ini membantu beberapa dari mereka yang semula takut mencoba takut toko online shopee karena dianggap sulit dikelola.

10 jawaban



Gambar 4. Diagram Hasil Kepuasan Peserta Terhadap Keseluruhan Pelatihan

Evaluasi terhadap materi yang disampaikan baik pada sesi materi dan sesi praktik juga mendapatkan respon yang sangat baik. 100% peserta menganggap materi sesuai dengan ekspektasi. Berdasarkan data hasil kuesioner pada Gambar 5 bahwa dalam penyampaiannya sebanyak 80% peserta menyatakan materi disampaikan dengan sangat menarik, mudah dimengerti dan dipahami. Sisanya sebanyak 20% menyatakan materi yang disampaikan dikemas dengan menarik, mudah dimengerti dan dipahami. Kuesioner peserta menyatakan bahwa 80% peserta mengaku puas dengan tanggapan yang diberikan pemateri ketika peserta mengajukan pertanyaan. 20% sisanya mengaku cukup puas pada sesi tanya jawab.



Gambar 5. Diagram Hasil Tanggapan terhadap Penyampaian Materi

Berdasarkan data evaluasi kuesioner menunjukkan hasil bahwa setelah diberikan pelatihan ini sebanyak 90% peserta akan segera menerapkan hasil pelatihan pada bisnisnya. 10% sisanya akan menerapkan dalam beberapa bulan kedepan untuk memanfaatkan aplikasi online marketplace dalam memasarkan produknya karena merasa belum mumpuni untuk membagi waktu. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 10 peserta yang terlibat dalam kegiatan ini mulai menyadari pentingnya penggunaan *marketplace* dan media sosial dalam pemasaran produk mereka. Media sosial dan platform marketplace hanya dianggap sebagai media tambahan, namun kini peserta memahami bahwa kedua platform ini dapat meningkatkan eksposur dan daya tarik produk yang mereka hasilkan dengan jumlah pengguna Facebook yang sangat besar, Fanpage memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Membantu dalam memperkenalkan produk kepada calon pelanggan yang mungkin tidak mengetahui keberadaan produk tersebut sebelumnya (Accurate, 2022). Memposting konten yang menarik dan relevan, bisnis dapat menarik perhatian pengguna dan mengarahkan mereka ke halaman Shopee untuk melakukan pembelian (Modalrakyat, 2021). Kegiatan pelatihan ini juga meningkatkan keterampilan teknis karyawan LO78 GROUP dalam menggunakan aplikasi Shopee dan Facebook. Karyawan LO78 GROUP pada awalnya tidak memahami secara teknis bagaimana cara membuka dan

mengelola akun Shopee serta membuat halaman Fanpage Facebook untuk bisnis mereka. Setelah pelatihan mereka mampu membuat akun serta mengelola halaman bisnis secara mandiri, dengan dukungan teknologi sederhana yang team pengabdian perkenalkan selama kegiatan. Program pengabdian ini tidak hanya berhenti pada pelatihan pembukaan akun, tetapi juga mencakup rencana pelatihan lanjutan dalam meningkatkan kualitas pemasaran menggunakan strategi posting konten secara berkala.

Simpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat diperoleh kesimpulan bahwa pelatihan pemasaran digital melalui pemanfaatan marketplace shopee sebagai media penjualan online dan fanpage facebook untuk meningkatkan eksposur bisnis bagi UMKM LO78 GROUP telah berhasil dilaksanakan dan memberikan dampak positif sesuai dengan yang diharapkan. Hasil evaluasi baik selama kegiatan berlangsung maupun dari hasil kuesioner yang diberikan kepada peserta. Diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan pelatihan yang dilaksanakan telah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu memberikan pemahaman mengenai pemasaran online di marketplace shopee sehingga dapat meningkatkan penjualan serta memberikan pemahaman bahwa fanpage facebook dapat meningkatkan eksposur bisnis dan meningkatkan jangkauan pasar agar lebih dikenal di kalangan masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berperan dalam kelancaran kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Universitas PGRI Yogyakarta yang telah mengizinkan mahasiswa melakukan pengabdian sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancar. Kami berterima kasih kepada UMKM LO78 GROUP yang telah bersedia menjadi mitra dan menunjukkan antusiasme serta keterlibatannya dalam setiap tahap kegiatan. Dukungan dan kerjasama ini sangat berarti bagi keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dirancang.

Referensi (Gunakan APA Style)

- Accurate, 2022. Facebook Fanpage adalah Halaman Bisnis yang Disediakan oleh Facebook, Apa Saja Fiturannya?[Online] tersedia di: <https://accurate.id/digital-marketing/fanpage-adalah/>
- Aeni, S. N. (7). Marketplace Terbesar di Indonesia Kuartal III 2021, KataData. co. id. Tersedia pada: <https://katadata.co.id/agung/berita/623af52eea481/7-marketplace-terbesar-di-indonesia-kuartal-iii-2021>.
- Affan, M. W. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce: Faktor Yang Mempengaruhi dan Dampaknya Bagi UMKM. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5(3), 392-403.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896-906.
- Anggraini, O., & Supriyanto, S. (2019). Literasi Digital. *Seminar Dan Lokakarya Kualitatif Indonesia 2019*, 117–126. <https://doi.org/10.33510/SLKI.2019.117-126>
- Faruk, M., Rahman, M., & Hasan, S. (2021). How digital marketing evolved over time: A bibliometric analysis on scopus database. *Heliyon*, 7(12).
- Kautsar, A., & Prabowo, P. S. (2017). Membangun kemandirian financial anak pantiasuhan melalui pelatihan kewirausahaan. *Jurnal Abdimas*, 21(2), 153-160.
- Kim, C., Kwon, K., & Chang, W. (2011). How to measure the effectiveness of online advertising in online marketplaces. *Expert Systems with Applications*, 38(4), 4234-4243.
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of marketing*, 80(6), 146-172.
- Mahaini, M. F., Faadhilah, M. R., & Sapari, A. P. (2022). Optimalisasi Strategi Kinerja UMKM Pasca Pandemi dengan Pemanfaatan Media Informasi Pencatatan Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 127-137.

- Sholihannisa, L. U., & Ma'sum, H. (2021). Peningkatan Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kursi Bambu Desa Ciranjang. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137-146.
- Modalrakyat, 2021. Fungsi Facebook Fan Page dan Cara Membuatnya [Online] tersedia di: <https://www.modalrakyat.id/blog/facebook-fan-page>
- Pinariya, J. M., Forceila, D., Ivana, L., & Yunia, A. (2021). Sosialisasi dan Edukasi Digital Marketing pada Komunitas BGBJ di Bantar Gebang Menghadapi Era 4.0. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 191-202.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51-58.