

## **Training On Setting Up Store Display On Tokopedia Account In Dasawisma RT04/RW04 Rejomulyo Group Kediri City**

### **Pelatihan Mengatur Tampilan Toko Di Akun Tokopedia Pada Kelompok Dasawisma RT04/RW04 Rejomulyo Kota Kediri**

**Wahyu Dede Gustiawan<sup>1\*</sup>, Andy Chandra Pramana<sup>2</sup>**

Universitas Kadiri, Universitas Kadiri<sup>1,2</sup>

wahyudede@unik-Kediri.ac.id<sup>1</sup>

Disubmit : 29 April 2024, Diterima : 27 Mei 2024, Terbit: 16 Juni 2024

---

#### **ABSTRACT**

*MSMEs in Kediri City are not only known, but currently there are many variations of MSMEs developing in villages in Kediri City, the Rejomulyo village dasawisma group has several types of MSMEs that operate in the food and beverage industry, problems are faced when the actors are not yet understand the importance of improving the shop appearance on their Tokopedia account to attract consumer interest, apart from that, partners also don't know how to change the shop appearance on their respective Tokopedia accounts. Partners also face problems because even though they already have a shop account on Tokopedia, they cannot operate it optimally. This service is carried out using the implementation method directly from the field or partners, by giving pretests and posttests to participants to measure their understanding regarding the importance of shop displays on Tokopedia and how to edit them. in order to get maximum results. Apart from that, home industry players are expected to be able to operate the steps in editing the shop appearance on their Tokopedia account.*

**Keywords:** Home Industry, Online Store, Tokopedia, Consumer Interest

#### **ABSTRAK**

UMKM yang ada di Kota Kediri bukan hanya tahu saja, namun sekarang ini banyak variasi UMKM berkembang di desa-desa yang ada di Kota Kediri, kelompok dasawisma desa Rejomulyo memiliki beberapa jenis UMKM yang bergerak pada industry makanan dan minuman, permasalahan dihadapi ketika para pelaku belum memahami pentingnya memperbaiki tampilan toko di akun Tokopedia mereka untuk menarik minat konsumen, selain itu mitra juga belum mengetahui cara mengubah tampilan toko di akun Tokopedia masing-masing. Masalah juga dihadapi oleh mitra karena meskipun mereka sudah memiliki akun toko di Tokopedia namun mereka belum bisa mengoperasikan secara maksimal. Pengabdian ini dilakukan dengan metode pelaksanaan langsung turun kelapangan atau mitra, dengan memberikan pretest dan posttest kepada peserta untuk mengukur pemahaman mereka terkait pentingnya tampilan toko di Tokopedia dan cara mengeditnya, dari hasil pelaksanaan pengabdian, diperoleh adanya peningkatan pemahaman dari peserta, namun diperlukan pendampingan secara berkala agar dapat maksimal hasilnya. Selain itu, para pelaku industry rumah tangga diharapkan sudah bisa mengoperasikan Langkah-langkah dalam mengedit tampilan toko di akun Tokopedia mereka.

**Kata Kunci:** Industri Rumah Tangga, Toko Online, Tokopedia, Minat Konsumen

### **1. Pendahuluan**

Keputusan dari presiden RI no. 99 tahun 1998 menegaskan bahwa usaha kecil merujuk kepada aktivitas ekonomi Masyarakat berskala kecil dalam berbagai bidang yang perlu dilindungi dari persaingan yang tidak sehat (Ningsih, Asriani, Kartika, & Nopiyan, 2022), selain itu sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memberikan pengaruh peningkatan perekonomian yang signifikan bagi negara, misalkan dalam penciptaan lapangan kerja dan mensejahterakan perekonomian keluarga, pertumbuhan UMKM juga menghasilkan lebih banyak lapangan kerja, mengurangi pengangguran dan kontribusi positif lainnya bagi negara secara keseluruhan (Hamza & Agustien, 2019). Perkembangan teknologi yang semakin pesat

juga harus diikuti oleh para pelaku bisnis, jangan sampai pelaku usaha merasa cepat puas dengan keadaan sekarang dan juga punya kemauan untuk terus berkembang, tentu hasil akhirnya adalah untuk meningkatkan penjualan dan marketshare (Friadi, 2022). Kemajuan yang sangat pesat juga berdampak dengan pola pembelian dari konsumen pada umumnya, sekarang ini Masyarakat lebih menyukai belanja melalui toko online, dengan alasan seperti lebih menghemat waktu produk-produk yang dijual juga terpercaya dan juga ada beberapa promo yang mungkin tidak didapat di toko offline (Khasanah, Rofiah, & Setiyadi, 2019). Pembeli pun juga bisa melihat review atau rating toko di ecommerce untuk memastikan produk yang dibeli terpercaya.

Kota Kediri dari dulu sudah terkenal dengan industry tahu yang banyak dijumpai di pusat oleh-oleh yang tersebar di beberapa lokasi lokasi strategis. Sekarang ini perkembangan UMKM Di kota Kediri semakin merata, adanya variasi dari UMKM khususnya yang bergerak dibidang makanan seperti olahan usus olahan pisan dan jamur krispi (Hamida, Diana, & Junaidi, 2023). Salah satu dari beberapa industry rumah tangga yang menarik untuk dikembangkan usahanya pada kelompok dasawisma RT04/RW04 Desa rejomulyo kota kediri. Para ibu-ibu penggeran roda perekonomian di desa Rejomulyo saat ini terbagi menjadi beberapa jenis IRT seperti olahan jamu kunir, olahan sukun, olahan usus, serta olahan mbothe. Semuanya dikerjakan sendiri oleh beberapa kelompok ibu-ibu di Desa Rejomulyo.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memaksa pelaku IRT juga harus menyesuaikan perkembangan yang ada (Widayati & Augustinah, 2019). Salah satu Upaya adalah menjual produk-produknya di marketplace yang ada yaitu Tokopedia, pemilihan Tokopedia sendiri diawali dari sosialisasi yang dikembangkan sebelum pengabdian Masyarakat ini dilakukan. Adapun sebelumnya para pelaku industry di desa rejomulyo kota kediri pernah mendapatkan sosialisasi dan pendampingan terkait pentingnya menggunakan marketplace guna memperluas pangsa pasar, lalu ada cara mengupload foto dengan baik dan benar di Tokopedia agar menarik konsumen. Ketika melakukan wawancara awal kepada mitra didapati bahwa mereka sebenarnya sudah memiliki akun toko di *marketplace* Tokopedia, namun masih merasa kesusahan dalam mengoptimalkan fitur-fitur yang ada dalam akun Tokopedia, termasuk salah satunya adalah mengganti tampilan toko di akun Tokopedia mereka.

Selain yang telah disebutkan, penulis juga menggunakan dasar dari pengabdian lain seperti yang dilakukan oleh (Haryanti, Mursito, & Sudarwati, 2019) mengenai analisis strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan batik pada PT. Dinar Hadi Surakarta, selain itu ada juga pengabdian yang dilakukan oleh (Candra, Hendy, Pratikto, Gunarto, & Sumargono, 2021) mengenai digital marketing untuk kewirausahaan pesantren di masa pandemi covid19. Ada juga referensi dari kegiatan yang dilakukan oleh (Lestari & Widyastuti, 2019) mengenai pengaruh kemudahan dalam menggunakan tokopedia terhadap Keputusan pembelian. Dari beberapa referensi diatas dan guna melanjutkan pengabdian yang sebelumnya pernah dilakukan maka pada kesempatan kali ini penulis ingin memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada mitra kelompok dasawisma untuk mengatur tampilan toko di akun Tokopedia.

Permasalahan mitra

1. Mitra belum memahami bagaimana pentingnya tampilan toko untuk menarik minat beli konsumen di Tokopedia
2. Mitra belum mengetahui cara agar tampilan toko di Tokopedia lebih menarik untuk dilihat konsumen

## 2. Metode

Metode Pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat kali ini akan di bagi menjadi 3 tahapan yaitu:

1. Ceramah/sosialisasi, pada pelaksanaannya, metode ceramah dipilih untuk menjelaskan mengenai pentingnya membuat tampilan toko yang menarik di akun tokopedia bagi penjual, melalui metode ini tim pengabdian memberikan materi berupa presentasi dengan menggunakan laptop dan LCD yang menayangkan power point
2. Diskusi, setelah itu dilakukan tanya jawab bagi peserta yang mungkin belum paham pada saat kami menjelaskan materi dan memberikan kesempatan bagi peserta untuk menanyakan terkait materi baik secara langsung maupun setelah sesi
3. Pengampingan, pada sesi terakhir ini tim pengabdian yang dibantu oleh mahasiswa dari universitas kadiri memberikan pendampingan bagi peserta untuk melakukan editing langsung pada akun tokopedia milik mereka masing-masing

### 3. Hasil Pelaksanaan

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan bertepatan dengan arisan rutin yang dilaksanakan oleh kelompok dasawisma RT04/RW04. Satu hari sebelum pelaksanaan penulis mengirimkan pre-test kepada peserta yang berisi tentang pemahaman mereka mengoperasikan akun toko di akun Tokopedia dan pemahaman terkait pentingnya membuat tampilan toko di Tokopedia mereka, hasil dari pretest adalah dari skala 1-10 pemahaman terkait pentingnya tampilan toko dan cara membuat tampilan toko, sebanyak 95% dari 25 orang yang mengisi berada di kala 1-3 ketika ditanya mengenai pemahaman mereka terkait pentingnya membuat tampilan toko untuk menarik minat konsumen. Sedangkan presentase tidak jauh berbeda ketika peserta ditanyakan mengenai cara mengganti tampilan toko di akun Tokopedia milik mereka yaitu sebesar 97% menjawab tidak paham cara mengganti tampilan toko di akun Tokopedia mereka.

Selanjutnya pada hari pelaksanaan, penulis pertama memaparkan pentingnya mengedit tampilan Tokopedia mereka guna menarik minat beli konsumen.



**Gambar 1. Sosialisasi Pentingnya Membuat Tampilan Toko Di Tokopedia**

Pentingnya bagi pelaku IRT untuk menggunakan tampilan yang menarik di akun mereka juga sudah di jelaskan pada pengabdian yang dilakukan oleh (Rosmawati, 2023) bahwa Masyarakat sekarang tidak boleh hanya membuat akun marketplace saja, namun juga harus memperhatikan bagaimana tampilan tokonya guna menarik minat konsumen, hal ini juga dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, Komarudin, & Kholifah, 2022)

Dimana konsumen akan lebih tertarik dalam membeli produk jika tampilan juga rapi dan produk-produk di kategorikan pada jenisnya.

#### Diskusi

Pada pelaksanaan sesi diskusi dengan kelompok dasawisma RT04/RW04 desa rejomulyo kota Kediri, para ibu-ibu peserta juga mengajukan pertanyaan, apakah jika tampilan toko di akun kita tidak tersusun secara rapi dan menarik juga akan mempengaruhi minat konsumen ? pertanyaan tersebut juga langsung dijawab oleh pemateri yaitu Wahyu Dede Gustiawan, jika diibaratkan kita masuk ke sebuah toko dan barang yang dijual disana berantakan dan tidak tersusun rapi maka juga akan berpengaruh kepada konsumennya. Lalu jika toko tersebut asal dalam menaruh atau meletakkan barang yang dijual tentu juga akan kebingungan jika konsumen akan memilih barang, perumpamaan seperti itu juga berlaku pada toko online, jika kita sebagai penjual menata tampilan produk dan toko kita, serta Menyusun barang-barang sesuai dengan kategori-kategori barang yang dijual, maka tentu akan lebih enak bagi konsumen ketika mengunjungi toko kita.

#### Pendampingan

Selanjutnya penulis beserta tim dari universitas kadiri melakukan pendampingan mengenai bagaimana cara mengedit tampilan toko di akun Tokopedia para peserta. Kami memberikan pendampingan secara satu persatu dibantu dengan mahasiswa yang ikut dalam pelaksanaan program pengabdian Masyarakat ini.



**Gambar 2. Pendampingan Tim Pengabdian Kepada Peserta**

Tim pengabdian juga memberikan tutorial cara melalui youtube untuk mempermudah peserta jika ingin melanjutkan dirumah masing-masing. Karena waktu yang cukup singkat maka pendampingan juga dilakukan setelah dari pelaksanaan pada saat arisan tersebut.

Setelah melaksanakan pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan mengedit tampilan toko pada akun Tokopedia kepada peserta, kemudian diberikan juga posttest melalui google form kepada peserta dengan pertanyaan yang sama ketika sebelum mendapatkan sosialisasi dan pendampingan. Hasil dari post test menunjukkan bahwa ada peningkatan pemahaman dari yang awalnya berada pada skala 1-3, setelah mendapat penjelasan mengenai pentingnya tampilan toko di Tokopedia meningkat pada skala 5-8 yang artinya ada peningkatan pemahaman pada peserta. Sedangkan untuk cara mengedit yang sebelumnya ada pada 1-3,

mengalami peningkatan ke skala 4-6, hal ini wajar untuk cara mengedit masih terjadi peningkatan yang kecil karena memang baru pertama kali menggunakan fitur-fitur yang ada di Tokopedia. Oleh karena itu sebenarnya perlu pendampingan lebih lanjut pada kegiatan ini agar peserta benar-benar paham cara menggunakan menu menu mengedit tampilan toko di Tokopedia.

#### 4. Penutup

Setelah dilakukan sosialisasi dan pendampingan kepada kelompok dasawisma RT04/RW04 kelurahan rejomulyo kota kediri, terjadi peningkatan pemahaman mengenai pentingnya menggunakan tampilan toko yang tepat pada akun Tokopedia mitra. Pendampingan pada kelompok dasawisma tetap dilakukan sampai dengan 3-4 kali setelah pelaksanaan agar para peserta benar-benar paham mengenai cara mengedit tampilan toko di Tokopedia. Masalah dari mitra yang sudah dijelaskan diawal diharapkan dapat terselesaikan dengan adanya sosialisasi dan pendampingan. Pemahaman yang meningkat dari mitra menjadi tolak ukur dari keberhasilan awal pada program pendampingan Masyarakat ini.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih dari tim pengabdian fakultas ekonomi dan bisnis ditujukan kepada mitra yang bersedia untuk dijadikan tempat pengabdian, lalu tak lupa Dekan FEB universitas kadiri dan juga Universitas Kadiri yang juga membantu dalam hal pendanaan

#### Daftar Pustaka

- Candra, A. I., Hendy, H., Pratikto, H., Gunarto, A., & Sumargono, S. (2021). Digital Marketing untuk Kewirausahaan Pesantren di Masa Pandemi Covid-19. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–6.
- Friadi, J. (2022). Sosialisasi dan penyuluhan strategi pemasaran digital pada UMKM Baby Smart Bubur Bayi berbasis e-commerce. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 4(1), 71–77.
- Hamida, R. N., Diana, N., & Junaidi, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan, dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kota Kediri). *E\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(02), 181–188.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati, S. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK BATIK PADA PT. DANAR HADI SURAKARTA. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 3(01).
- Khasanah, F. N., Rofiah, S., & Setiyadi, D. (2019). Metode User Centered Design dalam Merancang Tampilan Antarmuka Ecommerce Penjualan Pupuk Berbasis Website Menggunakan Aplikasi Balsamiq Mockups. *Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 3(2), 14–23.
- Lestari, I. T., & Widyastuti, W. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 478–484.
- Ningsih, N. N. A., Asriani, K. A., Kartika, R., & Nopiyani, P. E. (2022). Pendampingan UMKM Dupa “Ajeg Bali” Desa Sambangan dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 3(3), 282–288.
- Rosmawati, E. (2023). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGGUNAAN MARKETPLACE (SHOPPE, TOKOPEDIA, DAN BUKALAPAK) UNTUK MENINGKATKAN SUMBER DAYA

MANUSIA PADA UMKM DESA PISANGSAMBO KECAMATAN TIRTAJAYA KABUPATEN KARAWANG. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(1), 500–509.

Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 139–147.

Widayati, W., & Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 1–20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>.