SINKRONISASI *INVENTORY*, *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* DESKRIPSI, DAN VISUALISASI PRODUK UNTUK EFEKTIVITAS *MARKETPLACE* BELLA PARTY STORE

Ni Putu Ayu Sintya Saraswati[1,*], Eka Sri Devi Vidhyanthi[2]
[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: sintyasaraswati@unmas.ac.id

ABSTRAK

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menggunakan *marketplace* tidak hanya melakukan aktivitas pemasaran dan transaksi, tetapi juga mengelola informasi produk dan stok dengan cara yang teratur. Bella Party Store adalah bisnis yang menjual berbagai perlengkapan untuk pesta dan perayaan, serta menggunakan *platform* Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia sebagai media jual beli online. Berdasarkan hasil pengamatan, terdapat beberapa masalah seperti ketidaksesuaian antara jumlah barang yang ada secara fisik dengan data stok di *marketplace*, deskripsi produk yang belum cukup baik, serta gambar produk yang belum sama dan kurang memberi informasi yang jelas. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mendukung efektivitas pengelolaan *marketplace* Bella Party Store melalui *sinkronisasi inventory*, optimasi deskripsi produk berbasis *Search Engine Optimization* (SEO), dan peningkatan visualisasi produk. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan observasi, pendampingan, implementasi langsung, serta monitoring dan evaluasi. Implementasi dilakukan dengan memeriksa dan menyesuaikan stok fisik dengan data di *marketplace*, memperbaiki judul dan deskripsi produk dengan menggunakan kata kunci yang tepat, serta memilih dan mengedit gambar produk. Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa informasi tentang stok di *marketplace* kini lebih sesuai dengan kondisi barang sebenarnya, deskripsi produk menjadi lebih lengkap dan teratur, serta tampilan produk secara visual tampak lebih rapi, informatif, dan tampilan produk secara visual tampak lebih rapi, informatif, dan konsisten. Ketiga program tersebut memberikan perbaikan pada beberapa aspek persediaan barang, informasi tentang produk, dan tampilan visual, sehingga membantu mengelola toko Bella Party Store secara lebih rapi dan terorganisir.

Kata kunci: *inventory*, *marketplace*, *Search Engine Optimization*, deskripsi produk, visualisasi produk, UMKM

ANALISIS SITUASI

Perguruan tinggi berperan penting dalam memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa melalui berbagai kegiatan yang dilakukan untuk masyarakat. Kegiatan itu menjadi cara untuk menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama kuliah sekaligus membantu masyarakat atau pelaku usaha dalam mengatasi masalah yang ada di sekitar usaha mereka. Dalam perkembangan bisnis digital, bantuan kepada UMKM semakin penting karena penggunaan *marketplace* tidak hanya melibatkan proses beli dan jual, tetapi juga memerlukan pengelolaan informasi produk serta stok yang teratur.

Bella Party Store adalah salah satu usaha yang menawarkan berbagai kebutuhan untuk acara pesta dan perayaan, seperti perlengkapan ulang tahun, buket bunga, hadiah,

dekorasi balon, serta produk yang bisa dipesan sesuai keinginan pelanggan. Bella Party Store dalam menjalankan bisnisnya telah menggunakan *marketplace* sebagai salah satu cara untuk memberikan produk kepada para pembeli. *Marketplace* yang digunakan adalah Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia. Menggunakan beberapa *marketplace* membuat proses penyampaian informasi produk lebih mudah bagi konsumen, tetapi di sisi pengelolaan, informasi harus diperbarui secara terus-menerus di setiap *platform* yang digunakan.

Berdasarkan hasil pengamatan, terdapat beberapa masalah dalam pengelolaan *marketplace* Bella Party Store. Permasalahan pertama berkaitan dengan informasi stok. Beberapa barang yang kondisi fisiknya sudah hampir habis atau kosong masih terlihat di *marketplace* dengan informasi stok yang belum diperbarui. Kondisi tersebut bisa menyebabkan informasi yang didapat konsumen tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya. Pengelolaan *inventory* yang terstruktur sangat penting bagi usaha yang menggunakan beberapa saluran penjualan karena ketepatan informasi persediaan berkaitan dengan kelancaran operasional usaha. Narkhede dan Rajhans (2022) menyatakan bahwa pengelolaan *inventory* yang terorganisir penting untuk mendukung berjalannya operasional usaha.

Permasalahan berikutnya berkaitan dengan deskripsi produk. Beberapa produk masih menggunakan judul dan deskripsi yang tidak terlalu detail, sehingga informasi tentang karakteristik produk belum sempurna. Informasi seperti ukuran, warna, bahan, variasi, dan karakteristik produk sebaiknya disusun secara lebih rapi agar pembeli dapat memahami produk dengan lebih jelas. Camossi et al. (2021) menjelaskan bahwa penerapan *Search Engine Optimization* pada perdagangan elektronik dapat membantu mengoptimalkan struktur dan konten produk agar lebih mudah ditemukan melalui pencarian.

Selain mengelola stok dan informasi produk, aspek tampilan visual juga mendapatkan perhatian dalam manajemen *marketplace* Bella Party Store. Beberapa desain produk masih terlihat biasa saja dan belum memiliki tampilan visual yang sama di seluruhnya. Padahal, para konsumen di lingkungan belanja online mendapatkan informasi tentang produk melalui berbagai elemen visual yang tersedia di halaman *marketplace*. Jai et al. (2021) menegaskan bahwa cara menampilkan produk secara visual memainkan peranan penting dalam proses evaluasi konsumen pada lingkungan belanja online. Oleh karena itu, produk perlu divisualisasikan dengan lebih rapi dan informatif.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Bella Party Store difokuskan pada tiga program utama, yaitu *sinkronisasi inventory marketplace*, optimasi deskripsi produk berbasis *Search Engine Optimization* (SEO), dan peningkatan visualisasi produk. Ketiga program tersebut ditujukan untuk memperbaiki pengelolaan persediaan, informasi produk, dan tampilan katalog *marketplace* agar lebih terorganisir sesuai dengan kebutuhan operasional Bella Party Store.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi dan kondisi yang dihadapi Bella Party Store, maka rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Terdapat ketidaksesuaian antara kondisi stok fisik dengan informasi stok produk pada *marketplace* Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia.
2. Deskripsi produk pada *marketplace* belum seluruhnya tersusun secara lengkap, terstruktur, dan menggunakan kata kunci yang relevan.
3. Visualisasi produk pada *marketplace* masih terlihat sederhana dan belum memiliki tampilan yang konsisten serta informatif.
4. Pengelolaan informasi stok, deskripsi, dan visualisasi produk membutuhkan pembaruan secara berkala agar tetap sesuai dengan kondisi operasional usaha.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil analisis situasi dan permasalahan yang ditemukan, solusi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Melakukan *sinkronisasi inventory* dengan mencocokkan stok fisik dengan informasi stok yang tercantum pada *marketplace* Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia.
2. Melakukan optimasi judul dan deskripsi produk berbasis *Search Engine Optimization* (SEO) dengan menggunakan kata kunci yang relevan serta menambahkan informasi karakteristik produk secara lebih lengkap.
3. Melakukan peningkatan visualisasi produk melalui pemilihan, pengeditan, dan penyusunan tampilan produk agar lebih rapi, informatif, dan konsisten.
4. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap hasil pembaruan agar pengelolaan stok, deskripsi, dan visual produk dapat dipertahankan secara berkala.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Bella Party Store menggunakan pendekatan observasi, pendampingan, implementasi langsung, serta monitoring dan evaluasi. Tahapan pelaksanaan kegiatan dilakukan sebagai berikut:

1) Observasi

Tahap awal dilakukan melalui observasi terhadap kondisi pengelolaan *marketplace* Bella Party Store. Observasi dilakukan pada *marketplace* Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia untuk mengidentifikasi kondisi informasi stok, deskripsi produk, serta visualisasi produk. Selain itu, dilakukan pengamatan terhadap proses pengelolaan *marketplace* dan koordinasi dengan pemilik serta karyawan untuk memperoleh informasi mengenai kendala yang dihadapi.

2) Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan dengan melibatkan pemilik dan karyawan Bella Party Store dalam menentukan produk yang perlu diperbarui. Pendampingan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi stok

fisik, karakteristik produk, serta kebutuhan visualisasi produk. Pada tahap ini dilakukan koordinasi agar perubahan yang diterapkan sesuai dengan kondisi produk dan kegiatan operasional usaha.

3) Implementasi

Tahap implementasi dilakukan melalui tiga program utama. Program pertama berupa *sinkronisasi inventory* dengan melakukan pengecekan stok fisik dan mencocokkannya dengan informasi stok pada *marketplace*. Program kedua berupa optimasi deskripsi produk berbasis SEO dengan memperbaiki judul, penggunaan kata kunci, dan kelengkapan informasi produk. Program ketiga berupa peningkatan visualisasi produk melalui pengeditan dan penyusunan tampilan visual produk menggunakan aplikasi desain.

4) Monitoring dan Evaluasi

Tahap terakhir dilakukan melalui monitoring dan evaluasi terhadap hasil program. Monitoring dilakukan dengan mengecek kembali kesesuaian informasi stok, hasil optimasi deskripsi, dan tampilan visual produk. Evaluasi dilakukan bersama pemilik dan karyawan untuk mengetahui hasil pembaruan serta bagian yang masih membutuhkan perbaikan. Tahap ini juga digunakan untuk memberikan rekomendasi mengenai pembaruan stok, deskripsi, dan visual produk secara berkala.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Bella Party Store yang berlokasi di Jalan Trenggana No. 11, Penatih, Denpasar Timur, dilakukan pada tanggal 24 Juli sampai dengan 24 Agustus 2026. Kegiatan dilaksanakan melalui tiga program utama, yaitu *sinkronisasi inventory*, optimasi deskripsi produk berbasis *Search Engine Optimization* (SEO), dan peningkatan visualisasi produk.
Adapun hasil pelaksanaan program kerja dapat dirangkum sebagai berikut:

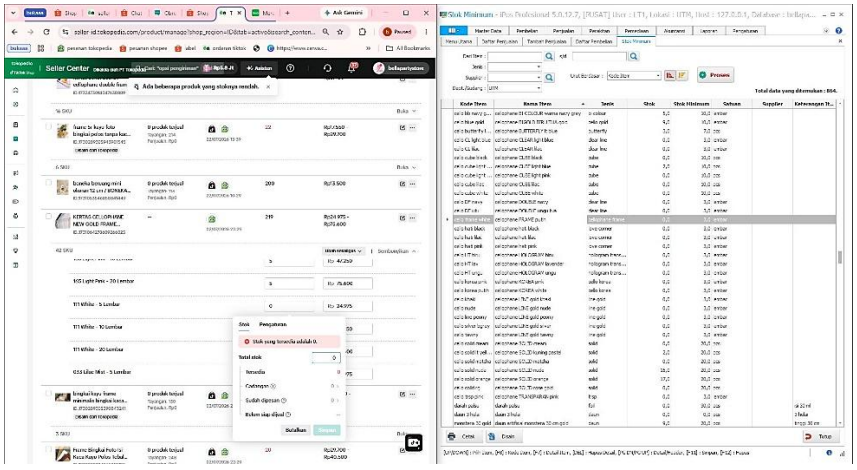
Tabel 1. Hasil Pelaksanaan Program Kerja

No.	Program Kerja	Hasil
1	*Sinkronisasi inventory marketplace*	Informasi stok disesuaikan dengan kondisi stok fisik
2	Optimasi deskripsi produk berbasis SEO	Judul dan deskripsi menjadi lebih lengkap dan terstruktur
3	Peningkatan visualisasi produk	Tampilan produk menjadi lebih rapi, informatif, dan konsisten

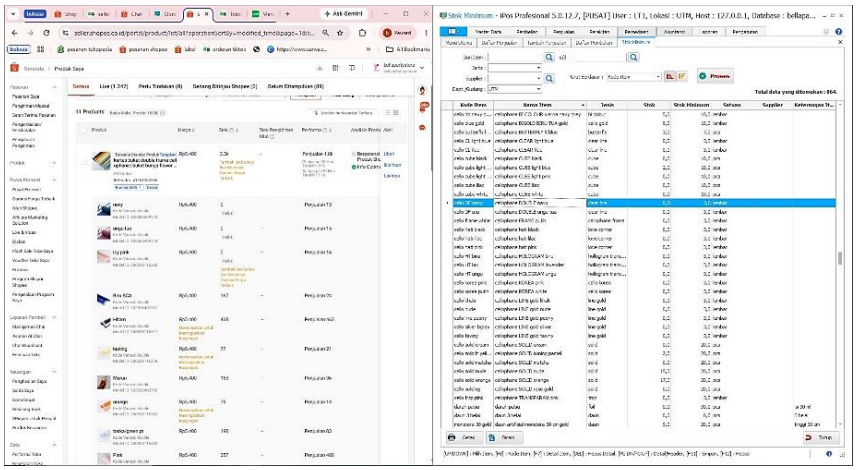
1) *Sinkronisasi Inventory Marketplace*

Program pertama yang dilaksanakan adalah *sinkronisasi inventory* di *marketplace*. Berdasarkan pengamatan, ada beberapa produk yang stok fisiknya sudah habis atau hampir kosong, tetapi informasi stok di *marketplace* belum diperbarui secara lengkap. Permasalahan tersebut terjadi di beberapa *marketplace* yang digunakan oleh Bella Party Store.

Program dijalankan dengan cara memeriksa kondisi stok fisik terlebih dahulu, lalu membandingkannya dengan data stok yang tercatat di Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia. Produk yang stoknya sedang berkurang atau habis kemudian informasinya diperbarui kembali di *marketplace* sesuai dengan kondisi terkini.



Gambar 1. Proses sinkronisasi stok pada TikTok Shop dan Tokopedia



Gambar 2. Proses sinkronisasi stok pada Shopee

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa informasi mengenai ketersediaan produk di *marketplace* semakin sesuai dengan kondisi fisiknya. Pembaruan ini membantu mencegah terjadinya pesanan untuk produk yang sudah tidak tersedia lagi. Kondisi ini menunjukkan bahwa sinkronisasi stok menjadi hal penting untuk menjaga informasi produk tetap sesuai di berbagai *marketplace*.

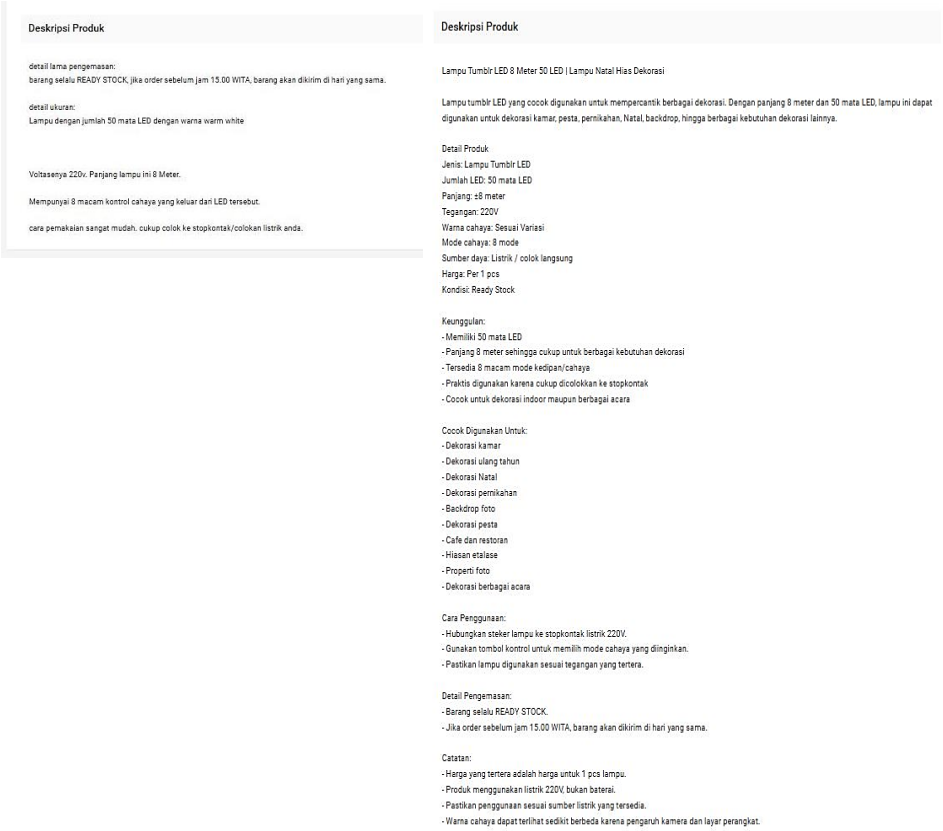
Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Narkhede dan Rajhans (2022) yang menekankan pentingnya pengelolaan persediaan yang terorganisir dalam mendukung kegiatan operasional usaha. Selain itu, menggunakan beberapa saluran penjualan juga membutuhkan koordinasi informasi persediaan barang

agar tidak ada perbedaan antara stok yang sebenarnya dengan informasi yang ditampilkan di saluran digital.

2) Optimasi Deskripsi Produk Berbasis *Search Engine Optimization* (SEO)

Program kedua adalah optimasi deskripsi produk berbasis *Search Engine Optimization* (SEO). Berdasarkan hasil pengamatan, masih ada beberapa produk yang memiliki judul dan deskripsi yang biasa saja, sehingga informasi mengenai karakteristik produk belum seluruhnya disampaikan secara lengkap.

Optimasi dilakukan dengan mengevaluasi judul dan deskripsi produk, lalu melakukan penyesuaian dengan menggunakan kata kunci yang tepat. Informasi tentang karakteristik produk seperti ukuran, warna, bahan, variasi, serta informasi tambahan lainnya ditambahkan agar deskripsi produk menjadi lebih lengkap dan teratur.



Gambar 3. Perbandingan deskripsi produk sebelum dan sesudah optimasi SEO

Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa judul dan deskripsi produk kini lebih lengkap dan terstruktur. Penggunaan kata kunci yang tepat juga membantu penyajian informasi produk menjadi lebih jelas dan fokus. Selain memberi informasi yang lebih jelas kepada pembeli, deskripsi yang sudah diperbaiki juga membantu karyawan dalam menjelaskan detail produk kepada pelanggan.

Hasil tersebut sesuai dengan penjelasan Camossi et al. (2021) yang menyatakan bahwa penerapan SEO dalam bisnis *e-commerce* dapat digunakan untuk mengoptimalkan struktur dan isi produk agar lebih mudah dicari melalui mesin pencari. Dalam kegiatan ini, penerapan SEO dilakukan dengan menyesuaikan kata kunci sesuai dengan karakteristik produk dan mengatur informasi dengan lebih terstruktur.

3) Peningkatan Visualisasi Produk

Program ketiga adalah peningkatan visualisasi produk. Sebelum kegiatan dilakukan, beberapa tampilan produk pada *marketplace* masih terlihat biasa saja dan belum memiliki tampilan yang konsisten. Kondisi itu menyebabkan tampilan produk di katalog *marketplace* belum bisa berjalan dengan maksimal.

Peningkatan tampilan dilakukan dengan memilih dan mengedit bahan visual produk serta membuat desain menggunakan Canva. Proses itu dilakukan agar tampilan menjadi lebih rapi, informatif, dan sesuai dengan ciri khas produk tersebut.



Gambar 4. Proses mendesain visualisasi produk menggunakan Canva



Gambar 5. Tampilan visual produk sebelum dilakukan perbaikan



Gambar 6. Tampilan visual produk setelah dilakukan perbaikan

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan pada tampilan visual produk. Tampilan yang sebelumnya terlihat sederhana menjadi lebih menonjol dan tertata. Penyajian produk juga menjadi lebih konsisten sehingga karakteristik produk dapat ditampilkan secara lebih jelas pada *marketplace*.

Hasil tersebut sesuai dengan penjelasan Jai et al. (2021) yang menyatakan bahwa tampilan produk secara visual memengaruhi cara konsumen mengevaluasi produk dalam lingkungan belanja online. Michalski (2024) juga menunjukkan bahwa cara menampilkan produk secara digital memengaruhi seberapa siap konsumen untuk menerima produk tersebut. Dengan demikian, meningkatkan visualisasi menjadi hal penting dalam membuat penyajian katalog produk lebih informatif.

4) Faktor Pendukung dan Kendala Pelaksanaan

Kegiatan tersebut berjalan lancar berkat partisipasi aktif dari pemilik dan karyawan Bella Party Store. Pihak mitra memberikan informasi yang dibutuhkan mengenai kondisi stok serta karakteristik produk. Karyawan dan

pemilik juga ikut membantu memeriksa produk yang stoknya sudah sedikit atau habis, sehingga proses pembaruan informasi di *marketplace* bisa berjalan lancar.

Selain bantuan dari mitra, tersedianya *platform marketplace* Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia menjadi cara yang bisa digunakan dalam menerapkan program tersebut. Ketersediaan perangkat dan aplikasi desain juga membantu mempermudah proses mengoptimalkan deskripsi serta meningkatkan tampilan produk.

Dalam penerapannya, masih ada tantangan berupa perlunya memeriksa stok secara rutin karena kondisi persediaan bisa berubah setiap saat. Selain itu, deskripsi dan gambar produk harus diperbarui jika terjadi perubahan pada ukuran, warna, variasi, atau karakteristik produk. Oleh karena itu, untuk menjaga program tetap berjalan terus menerus, diperlukan partisipasi dari pihak mitra dalam melakukan pembaruan secara teratur.

5) Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan bersama pemilik dan karyawan Bella Party Store setelah program dilaksanakan. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa perubahan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan operasional usaha.



Gambar 7. Monitoring dan evaluasi bersama pemilik dan karyawan

Monitoring dilakukan terhadap informasi stok, deskripsi produk, dan visualisasi produk. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa ketiga aspek tersebut sudah diperbaiki sesuai dengan program yang sudah diterapkan. *Sinkronisasi inventory* membantu menyesuaikan informasi stok, optimasi deskripsi membantu menghasilkan informasi produk yang lebih lengkap dan terstruktur, sedangkan peningkatan visualisasi menghasilkan tampilan katalog yang lebih rapi dan informatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di Bella Party Store, dapat disimpulkan bahwa program *sinkronisasi inventory*, optimasi deskripsi produk berbasis *Search Engine Optimization* (SEO), serta peningkatan visualisasi produk dapat membantu memperbaiki pengelolaan *marketplace*. *Sinkronisasi inventory* membantu memastikan informasi stok di *marketplace* selaras dengan kondisi stok nyata, terutama untuk produk yang stoknya sedang berkurang atau sudah habis.

Optimasi deskripsi produk berbasis SEO menghasilkan judul dan deskripsi yang lebih lengkap, terstruktur, serta menggunakan kata kunci yang relevan. Sementara itu, peningkatan visualisasi menghasilkan tampilan produk yang lebih rapi, informatif, dan konsisten. Ketiga program tersebut memberikan pembenahan pada aspek persediaan, informasi produk, dan penyajian visual sehingga pengelolaan *marketplace* Bella Party Store menjadi lebih terstruktur.

Bagi Bella Party Store, disarankan untuk melakukan pengecekan dan pembaruan stok *marketplace* secara berkala agar informasi ketersediaan produk tetap sesuai dengan kondisi fisik. Deskripsi produk yang telah dioptimalkan juga perlu diperbarui apabila terdapat perubahan pada ukuran, warna, variasi, maupun karakteristik produk. Selain itu, standar visual yang telah diterapkan sebaiknya dipertahankan agar penyajian katalog *marketplace* tetap rapi dan informatif. Keberlanjutan dari ketiga kegiatan tersebut diharapkan dapat membantu Bella Party Store mempertahankan pengelolaan *marketplace* yang lebih teratur dan sesuai dengan kebutuhan operasional usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Camossi, G., Teixeira, H. D., Rodas, C. M., & Alves, R. C. V. (2021). Search engine optimization (SEO) aplicadas em comércio eletrônico. Informação & Informação, 10(3), 189–203. https://doi.org/10.5433/2317-4390.2021v10n3p189

Jai, T. M. C., Fang, D., Bao, F. S., James, R. N., Chen, T., & Cai, W. (2021). Seeing it is like touching it: Unraveling the effective product presentations on online apparel purchase decisions and brain activity. *Journal of Interactive Marketing*, 53, 66–79. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.005

Michalski, R. (2024). The influence of product digital visual presentation on purchase willingness: Effects of roundedness axes and degree. Multimedia Tools and Applications, 83, 2173–2202. https://doi.org/10.1007/s11042-023-15786-z

Narkhede, G., & Rajhans, N. (2022). An integrated approach to redesign inventory management strategies for achieving sustainable development of small and medium-sized enterprises: Insights from an empirical study in India. Business Strategy & Development, 5(4), 308–321. https://doi.org/10.1002/bsd2.200