

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN *ECOMMERCE* SHOPEE PADA UMKM MAJUN JAYA DI KP. PASIR POGOR KABUPATEN BEKASI

Anisah istiqomah¹, Dewi kartika², Occha putrie safira³, Prasetyo harisandi⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

annisaistiqomah02@gmail.com

dewikartika0002@gmail.com

occhasafera@gmail.com

prasetyoharisandi@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pemasaran digital menggunakan *platform e-commerce Shopee* kepada UMKM Majun Jaya di Kampung Pasir Pogor, Kabupaten Bekasi. Di era digital saat ini, penting bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi internet guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Pemasaran digital melalui e-commerce, seperti Shopee, menawarkan berbagai keunggulan, seperti fleksibilitas waktu, pengurangan biaya operasional, penghapusan kebutuhan untuk beriklan secara mandiri karena adanya strategi periklanan dari platform, serta tidak adanya biaya sewa toko fisik. Pelatihan ini dilaksanakan melalui beberapa tahap yang sistematis. Tahap pertama adalah sosialisasi dan pemaparan materi kepada mitra UMKM mengenai pentingnya digital marketing dan keuntungan yang dapat diperoleh dari penggunaan e-commerce. Selanjutnya, peserta dilatih untuk membuat akun merchant di Shopee, yang meliputi langkah-langkah pendaftaran hingga pengaturan profil toko online. Setelah itu, dilakukan pelatihan tentang cara mengambil gambar produk dengan baik dan menulis deskripsi produk yang menarik dan informatif agar dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan tentang bagaimana memanfaatkan fitur live streaming di Shopee untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial dan mempromosikan produk secara lebih interaktif. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa UMKM Majun Jaya, yang sebelumnya tidak memiliki pengetahuan tentang pemasaran digital, kini mulai memanfaatkan Shopee sebagai salah satu saluran pemasaran utama mereka. Para pelaku UMKM yang terlibat dalam pelatihan ini menunjukkan peningkatan pemahaman tentang pentingnya digital marketing dan telah mulai memasarkan produknya melalui Shopee. Dengan demikian, diharapkan UMKM Majun Jaya dapat lebih kompetitif di pasar digital dan mampu meningkatkan penjualan serta pendapatannya melalui penggunaan e-commerce secara efektif. Kegiatan ini juga membuka peluang bagi UMKM lainnya di daerah tersebut untuk mengikuti jejak yang sama dalam mengadopsi teknologi digital dalam kegiatan pemasaran mereka.

Kata Kunci: *E-commerce Shopee*, UMKM, Pelatihan, Digital Marketing, Peningkatan Penjualan

Pendahuluan

Revolusi digital telah mengubah secara drastis cara bisnis berinteraksi dengan konsumen. Berkat Internet, konsumen dapat menganalisis harga, membandingkan kualitas produk, dan bahkan membuat penilaian objektif berdasarkan pendapat konsumen lain di komentar. Perkembangan teknologi, khususnya Internet, mempengaruhi banyak bidang kehidupan, termasuk perdagangan. perdagangan sedang mengalami perubahan dalam proses jual beli dan pemasaran produk. Proses transaksi ini lebih dikenal dengan sebutan perdagangan elektronik atau disingkat e-commerce. E-commerce mengacu pada distribusi, penjualan, pembelian dan pemasaran barang atau jasa berdasarkan sistem elektronik seperti Internet, televisi dan jaringan teknologi lainnya. Banyak

perubahan pada e-commerce ini terkait proses transaksi. Proses jual beli tradisional memerlukan pertemuan tatap muka antara pembeli dan penjual, namun dengan e-commerce hal tersebut tidak lagi diperlukan. Pembeli dapat melakukan transaksi tanpa bertemu di kota lain, dan komunikasi dapat dilakukan melalui Internet (Waziana et al., 2022)

Strategi pemasaran digital Menggunakan e-commerce sebagai alat pemasaran online memiliki beberapa manfaat bagi penjual. Diantaranya fleksibilitas waktu, tidak ada biaya operasional, tidak perlu beriklan karena platform marketplace memiliki strategi periklanan tersendiri, tidak ada biaya sewa, dan pengguna hanya perlu mendaftarkan toko onlinenya. peningkatan penjualan, layanan dan promosi, dll. (Desiani et al., 2021). Kenyamanan fungsi e-commerce dan dampak positif dalam mendukung pengembangan bisnis seharusnya mendorong para pelaku UMKM untuk mempertimbangkan mengembangkan bisnis melalui ecommerce, namun tidak semua pelaku UMKM mampu menggunakan e-commerce terutama shopee. Ada beberapa alasan mengapa pelaku UMKM dan masyarakat umum tidak tertarik untuk memulai bisnis online. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman tentang pembuatan dan pengelolaan akun Shopee. (Kusuma & Maura, 2021) Oleh karena itu, perlu memberikan pelatihan kepada Pelaku UMKM tentang pembuatan dan pengelolaan akun shopee. Para pelaku UMKM yang terhambat oleh kurangnya pengetahuan dalam pemasaran digital dihimbau untuk dapat memanfaatkan teknologi agar masyarakat umum dapat mengikuti kegiatan pelatihan agar para pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi internet dalam menjalankan usahanya. Dikarenakan era digital ini tidak bisa dihindari. Para pebisnis atau pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan perkembangan digital secara maksimal karena bisa menjual produknya secara online. (Kelurahan & Temanggung, 2021)

Saat ini pemanfaatan teknologi Internet menjadi salah satu cara untuk mendorong berkembangnya pasar UMKM, dengan dukungan kelompok usaha dan pelaku ekonomi yang fokus pada sektor sosial. Oleh karena itu perlu adanya wadah untuk menampung produk-produk UMKM dalam bentuk produk, sehingga terjadi peningkatan pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan dan berkembangnya industri UMKM di tanah air. (Fitriyana et al., 2021). Aplikasi Shopee merupakan salah satu e-commerce yang mana memanfaatkan peluang bisnis dengan memaksimalkan segmen pasar mobile sehingga mempermudah proses transaksi dalam jual beli. (Sulistiyawati & Widayani, 2020). Menurut (Pinariya et al., 2021) Pada penyampaian dasar-dasar pemasaran digital, termasuk teknik fotografi, pembuatan konten, dan strategi pemasaran di media digital dan platform e-commerce. Selama ini dengan semakin maraknya penggunaan aplikasi belanja online yang ada, aplikasi Shopee menjadi salah satu aplikasi baru yang tersedia di Indonesia. Sebelumnya sudah ada beberapa aplikasi serupa, namun kini Shopee hadir dengan lebih banyak fitur dan transaksi menggunakan e-money yang aman untuk digunakan konsumen dalam bertransaksi. Shopee menyediakan layanan elektronik yang merupakan sistem yang terintegritas serta aman sehingga memberikan kepercayaan pada konsumen. (Nilasari, 2019). Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menghindari risiko tinggi dalam bertransaksi online.

Permasalahan yang di alami UMKM Majun jaya ini sendiri bisa dikatakan cukup produktif secara ekonomi namun masih secara konvensional. Dimana mitra belum pernah memasarkan produknya secara online. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman dan pemanfaatan smartphone sebagai sarana pemasaran produk. Sehingga bisnis Majun jaya hanya di ketahui oleh masyarakat sekitar tempat usaha dan konsumen yang sudah berlangganan cukup lama saja. Oleh sebab itu dibutuhkan dukungan dan pelatihan untuk memanfaatkan smartphone sebagai sarana pemasaran online agar usaha majun jaya lebih berkembang dan profit yang meningkat. Oleh karena itu, mitra

kami pada pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah UMKM Majun yang mengolah limbah kain konveksi menjadi lap bersih yang beralamat di kp. pasir pogor rt/rw 009/005 Ds. Nagacipta Kec. Serang baru Kab. Bekasi. Majun jaya menjual kain lap majun dengan berbagai motif kain yang diproduksi sendiri oleh mitra dan dijual dengan harga kiloan. Usaha kain lap majun ini belum pernah menjual produknya melalui e-commerce dan secara online. Sehingga target pasar dari majun jaya masih disekitar kecamatan serang saja. Oleh sebab itu dibutuhkan pendampingan dan pengarahan untuk mengembangkan usaha dan strategi pemasaran menggunakan e-commerce. Dan apabila penggunaan e-commerce berjalan dengan baik maka akan meningkatkan penjualan, target pasar yang berkembang serta dikenal secara luas diluar daerah serta pemasukan yang meningkat. Adapun tujuan dari PkM ini adalah 1) meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran secara online, 2) meningkatkan keterampilan mitra untuk melakukan penjualan melalui e-commerce shopee, 3) berikan motivasi agar mitra semangat untuk mengembangkan usahanya

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan PkM ini dilakukan dengan metode sosialisasi serta pelatihan yang dilaksanakan secara langsung dilokasi usaha mitra. Pelaksanaan kegiatan dilakukan oleh mahasiswa program studi kewirausahaan Universitas pelita bangsa. kegiatan ini berisi penyampaian materi tentang e-commerce dan tutorial membuat akun merchant shopee.

1. Pra kegiatan

Kegiatan ini dimulai dengan survey lokasi usaha mitra, kemudian melakukan diskusi permasalahan yang dihadapi mitra untuk memperluas jangkauan pasar, kemudian membuat program untuk pelatihan dan tutorial membuat akun merchant, setelah itu berkoordinasi dengan mitra untuk menentukan waktu serta jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan.

2. Kegiatan / Praktek

Kegiatan ini melakukan sosialisasi serta pelatihan membuat akun merchant shopee, dengan mitra menyiapkan smartphone dan mengikuti tutorial yang diberikan oleh mahasiswa, serta diiringi sesi tanya jawab. Kemudian pelatihan pengambilan gambar produk dan membuat keterangan produk, dan pelatihan melakukan live streaming pada aplikasi shopee. Kegiatan ini dilaksanakan kurang lebih dalam waktu dua jam dan pada hari minggu tanggal 21 April 2024.

3. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan setelah sesi pelatihan selesai, dengan memberi beberapa pertanyaan kepada mitra. Pada sesi monitoring ini mitra dipersilakan menyampaikan jika terdapat kesulitan pada saat pendaftaran akun shopee atau untuk pengelolaan akun

Hasil dan Pembahasan

Hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertema “Pemberdayaan Masyarakat melalui pelatihan pemasaran digital menggunakan E-commerce shopee pada UMKM Majun jaya di kp. pasir pogor rt/rw 009/005 Ds. Nagacipta Kec. Serang baru Kab. Bekasi.”



Gambar 1. lokasi UMKM Majun Jaya

1. Pra kegiatan
 - a. Survey lokasi: Pada tahap ini Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas Pelita Bangsa Mengunjungi lokasi usaha majun untuk melakukan survey lokasi yang akan digunakan untuk sebagai tempat pelatihan. Lalu mengunjungi tempat produksi majun dan packing.
 - b. Diskusi permasalahan: Pada tahap ini kami mewawancarai mitra akan permasalahan yang ada pada usaha majun dan mendiskusikan tentang beberapa cara untuk mengembangkan produk secara online, serta penyelesaian masalah yang dilakukan dengan persetujuan mitra untuk melakukan pelatihan pemasaran produk melalui e-commerce shopee.
 - c. Membuat program: tahap ini kami menyusun materi yang akan disampaikan serta menyiapkan tutorial yang mudah untuk disampaikan kepada mitra
 - d. Menentukan waktu dan jadwal kegiatan: Pada tahap ini melakukan koordinasi dengan mitra mengenai waktu pelaksanaan kegiatan dan menyampaikan kegiatan apa saja yang akan dilakukan
2. Kegiatan pelatihan dan praktek
 - a. Penyampaian materi: Pada tahap ini mahasiswa memberikan sedikit penjelasan mengenai pemasaran digital melalui e-commerce shopee serta cara pengelolaan akun.
 - b. Pelatihan pembuatan akun merchant shopee: Mitra menyiapkan smartphone yang sudah terinstal Aplikasi shopee lalu mahasiswa memberikan tutorial mengenai tahapan pembuatan akun, Pengambilan gambar, deskripsi produk, dan melakukan live streaming.



Gambar 1. Pelatihan pembuatan akun merchant shopee

Setelah mitra memahami dasar-dasar e-commerce, mitra mendapatkan pelatihan dan dukungan tambahan mengenai detail teknis tentang pengoperasian akun Shopee. Pada tahap ini, mitra akan dibimbing melalui proses pendaftaran, pembuatan deskripsi produk, promosi, berbicara dengan pelanggan melalui jalur chat, menambah dan menghapus ketersediaan produk, cara pengemasan yang benar, dan cara pengiriman produk melalui kurir. Serta memperoleh pemahaman praktis tentang proses pembayaran/ Dengan penarikan tunai.



Gambar 3 tampilan toko UMKM Majun jaya



Gambar 4. pelatihan live streaming di aplikasi shopee

Pada proses pelatihan live streaming mitra diarahkan untuk mencoba berbagai fitur dalam live streaming, seperti menggunakan kolom chat untuk berinteraksi secara realtime dengan customer, keranjang belanja langsung, voucher dan diskon dan game interaktif agar meningkatkan engagement dan membuat live streaming lebih menarik.



Gambar 5. pelatihan foto produk

Selain fokus pada pemasaran produk, mitra juga mendapatkan pelatihan dan dukungan lainnya, serta kegiatan pendukung kesuksesan produk UMKM Majun Jaya dalam pengambilan foto produk. Dalam kesempatan ini UMKM Majun Jaya mendapatkan tips dan trik memotret angle yang baik dengan menyediakan kamera smartphone dan mencari pencahayaan yang baik atau menyediakan mini studio dan lighting agar kualitas foto yang dihasilkan tetap tinggi.

3. Monitoring dan evaluasi

Pada tahap ini mitra dipersilahkan bertanya atau menceritakan tentang apakah ada kesulitan selama proses pelatihan. Kemudian mitra menceritakan mengenai kekakuan dalam menggunakan aplikasi shopee karna belum terbiasa. Oleh sebab itu kami melakukan pemantauan berkelanjutan melalui shopee maupun bertanya langsung kepada mitra. Melalui pelatihan ini mahasiswa dan UMKM Majun Jaya mendapatkan tambahan wawasan dan informasi baru untuk menjalankan usaha online dengan menggunakan e-commerce Shopee. Hasil evaluasi yang dilakukan mitra memahami pentingnya pemasaran secara online untuk pengembangan usaha dan kesiapan untuk berjualan menggunakan e-commerce shopee. Hasil ini sesuai dengan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait penggunaan aplikasi Shopee untuk meningkatkan penjualan dan minat bisnis secara online.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan langsung mengenai pemanfaatan e-commerce Shopee telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mitra UMKM dalam mengembangkan usahanya melalui pemasaran digital. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Shopee, para pelaku UMKM kini dapat memanfaatkan

fleksibilitas waktu dan mengurangi biaya operasional, sehingga memberikan kenyamanan baik bagi UMKM maupun pelanggan. Saran yang dapat diberikan adalah untuk menyelenggarakan pelatihan tambahan mengenai penggunaan aplikasi e-commerce lainnya, agar pelaku UMKM atau masyarakat umum dapat mengembangkan strategi pemasaran di berbagai saluran marketplace. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas bisnis dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan di masa depan.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih yang mendalam kami sampaikan kepada para peserta pelatihan, yang telah aktif berpartisipasi dan menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mempelajari pemasaran digital. Kami juga menghaturkan terima kasih kepada pihak sekolah, terutama kepada guru-guru dan kepala sekolah yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi yang diperlukan untuk kelancaran kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada tim penyelenggara dan semua anggota yang terlibat dalam pelatihan, yang telah bekerja keras untuk menyusun materi, melaksanakan pelatihan, dan memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan manfaat maksimal dari kegiatan ini.

Referensi

- Andriyani, P., & Sulistyowati, A. (2021). Analisis pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, dan tingkat pendidikan terhadap perilaku keuangan umkm kedai/warung makan di Desa Bahagia Kabupaten Bekasi.
- Dermawan, T. (2019). Pengaruh literasi, inklusi dan pengelolaan keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan umkm (studi pada pelaku usaha mikro mahasiswa Universitas Brawijaya).
- Desiyanti, R. (2020). Covid-19 merubah wajah Indonesia, literasi dan inklusi keuangan umkm selama pandemi. CV. Pustaka learning center.
- Krishnanda, L., & Machdar, N. M. (2022). Pengaruh inklusi keuangan dan kredit bermasalah terhadap kinerja keuangan dengan pengungkapan pelaporan berkelanjutan sebagai pemoderasi (Vol. 8, Issue 4).
- Marija, Sihwhjoeni, & Apriyanto, G. (2021). Pengaruh financial capital, dan literasi keuangan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (ukm) di Kota Malang. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1), 31–38.
- Mawuntu, P. S. T., & Aotama, R. C. (2022). Pengukuran kinerja umkm berdasarkan key performance indicators (kpi) metode balanced scorecard. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 72–83.
- Ramdhani, M. L., Nurleli, & Anandya, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan penerapan e-commerce terhadap kinerja umkm. *Jurnal Riset Akuntansi*, 115–122. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1331>
- Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021 - 2025*.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan keuangan, kompetensi sumber daya manusia, dan strategi pemasaran dalam mengukur kinerja usaha mikro kecil menengah (umkm).
- Untsa, F. C. (2017). Pengaruh literasi dan inklusi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada pelaku umkm Kecamatan Lowokwaru Kota Malang (sektor makanan dan minuman).
- Widhiastuti, R. N., & Harianti, A. (2019). Karakteristik usaha dan tingkat literasi keuangan pada umk di Kecamatan Pancoran DKI Jakarta. In *jurnal kompleksitas volume (Vol. 8, Issue 10)*.