

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* SHOPEE SEBAGAI UPAYA PENERAPAN DIGITAL MARKETING PRODUK UMKM DI KELURAHAN KALIJUDAN

Laksmi Diana¹, Jesica Hannanda Yosani Feni^{2*}, Sherlina Aliefianti Widargo³, Rindy Imelliya Nurzanah⁴, Sephia Ayu Permatasari⁵, Nur Aini Maulidifa⁶, Talcha Devi Amalia⁷, Abid Racha Syahputra⁸, Abdul Chofit Muklis Prawiro Darmo⁹, Hibatul Azizi¹⁰, Muhammad Farhan Arisky¹¹.

^{1,2*,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

¹laksmidiana.agribis@upnjatim.ac.id

^{2*}jesticahannanda@gmail.com

³saliefianti@gmail.com

⁴imelliarindy@gmail.com

⁵sephia2802@gmail.com

⁶maulidifa31@gmail.com

⁷talchadevi23@gmail.com

⁸abidrachasyahputra@gmail.com

⁹abd.kopic.m.p.d@gmail.com

¹⁰aziazizi04@gmail.com

¹¹farhanarisky30@gmail.com

Abstrak:

Salah satu penggerak dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kemajuan teknologi yang pesat terutama pada internet sangat berpengaruh terhadap aspek kehidupan, salah satunya perdagangan. Proses perdagangan ini lebih dikenal dengan istilah *Electronic Commerce* atau disingkat *E-Commerce*. Marketplace merupakan bentuk dari *E-Commerce* yang berfungsi sebagai penghubung antara penjual dan pembeli. Dengan adanya *marketplace* penjual dapat melayani konsumen di manapun dan kapanpun hanya dengan menggunakan *gadget*. Salah satu hambatan yang ditemukan oleh para pelaku UMKM di Kelurahan Kalijudan adalah masih banyak yang kurang mengerti mengenai digital marketing untuk produk yang telah dihasilkan. Oleh sebab itu, para pelaku UMKM jadi tidak ingin melakukan pemasaran online karena dinilai rumit. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat dalam program KKN Tematik UPN “Veteran” Jawa Timur, tim penulis membantu beberapa UMKM dalam mengatasi kendala tersebut salah satunya dengan pembuatan *E-Commerce Shopee*, dengan tujuan memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya dalam penggunaan marketplace Shopee untuk mempermudah transaksi jual beli. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pengumpulan data melalui pendataan dan pengisian kuesioner. Hasil utama dari pengabdian pada masyarakat ini yaitu terciptanya toko *online marketplace Shopee* pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Kalijudan.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Marketplace*, *Digital Marketing*, *E-Commerce*

Pendahuluan

Salah satu penggerak dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM diharapkan menjadi salah satu peran untuk menciptakan pasar baru baik di dalam maupun luar negeri. Pelaku UMKM dituntut untuk berinovatif, kreatif, dan bisa menentukan produk apa saja yang memiliki nilai jual cukup tinggi di pasaran serta mengikuti perkembangan zaman digital. Hal ini sesuai dengan pendapat dari pakar pemasaran Yuswohadi yang mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital (Purwana et al., 2017)

Kota Surabaya merupakan kota besar yang di dalamnya terdapat ratusan UMKM yang bergerak, salah satunya di Kelurahan Kalijudan. Hambatan yang ditemukan oleh para pelaku UMKM di Kelurahan Kalijudan, Kota Surabaya salah satunya adalah masalah manajemen pemasaran, seperti dalam memberikan pemahaman kepada para konsumen tentang produk, produksi, hingga mengenai bisnis UMKM. Kemajuan teknologi yang pesat terutama pada internet sangat berpengaruh terhadap aspek kehidupan, salah satunya perdagangan. Proses perdagangan yang mengandalkan kemajuan teknologi ini sekarang dikenal dengan istilah *E-Commerce* (*Electronic-Commerce*). *E-Commerce* merupakan platform digital yang penggunaannya dapat melakukan kegiatan pembelian dan penjualan, serta kegiatan pemasaran barang atau jasa hanya dengan mengedepankan sistem elektronik, seperti TV, internet, atau jaringan teknologi lainnya. Berkembangnya *E-Commerce* ini sangat berdampak dalam proses perdagangan (Eka, Lestariana, & Nanik, 2021). Menurut Vermaat (2007) menyatakan bahwa *E-Commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet sehingga siapapun yang mempunyai perangkat yang mampu mengakses jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *E-Commerce*. Oleh karena itu, *E-Commerce* ini tidak mewajibkan pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung, hal ini berbeda dengan proses jual beli pada umumnya, yang tentunya membuat proses transaksi semakin fleksibel. Pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi dan komunikasi tanpa harus bertemu secara langsung, melainkan hanya dilakukan melalui internet.

Marketplace merupakan bentuk dari *E-Commerce* yang memiliki fungsi sebagai penghubung antara penjual dan pembeli. Dengan adanya *marketplace* penjual dapat melayani konsumen di manapun dan kapanpun hanya dengan menggunakan gadget (Rianty & Rahayu, 2021). Semua aktivitas lain seperti pengelolaan website sudah tidak diperlukan lagi karena akan ditangani oleh platform itu sendiri. Situs *E-Commerce* seperti *Shopee* merupakan contoh dari *marketplace*. Promosi dan pemasaran dapat dilakukan dengan lebih mudah melalui *marketplace* dan media sosial. Hal yang perlu dilakukan oleh penjual adalah membuat akun dan mengatur lapak mereka. Pendaftaran juga tidak dikenakan biaya operasional. Sedangkan pembeli untuk mulai melakukan transaksi hanya perlu membuat sebuah akun pada *marketplace* tersebut. Guna mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli *marketplace* dan media sosial juga memiliki fitur pesan (*chat*) atau *message* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Shopee adalah salah satu *marketplace* atau platform belanja berbasis online yang banyak digunakan di Indonesia. *Shopee* menyediakan berbagai macam produk mulai dari pakaian, elektronik, aksesoris, kebutuhan rumah tangga, hingga makanan (Stiadi dkk, 2021). Keunggulan *Shopee* selain menyediakan berbagai macam produk adalah kemudahan bagi pengguna untuk mencari dan menemukan barang yang ingin dibeli dengan mengklik kolom search atau kolom pencarian hanya dengan mengetikkan nama atau memasukkan gambar barang yang dicari atau mengeklik kategori barang yang sudah disediakan. Selain itu, agar lebih menarik minat konsumen, *Shopee* juga memberikan banyak kesempatan gratis pengiriman barang atau yang sering disebut dengan gratis ongkir.

Berdasarkan hal-hal di atas, kami KKNT-MBKM Kelompok 20 UPN “Veteran” Jawa Timur melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan edukasi mengenai digital marketing dan *E-Commerce Shopee* melalui *workshop* serta pendampingan UMKM di Kelurahan Kalijudan, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pembelajaran kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing di masa sekarang ini serta memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya dalam penggunaan *marketplace Shopee* untuk mempermudah bertransaksi jual beli. Selain itu, kami juga melakukan pendampingan secara door to door pada masing-masing UMKM di Kelurahan Kalijudan seperti Peyek Ombho, Kerupuk Kupang, dan Dapoer Polaris untuk praktik langsung tentang cara penggunaan *E-Commerce Shopee* dengan membuat toko online di *Shopee* untuk tiap UMKM.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan KKN Tematik MBKM 20 UPN Veteran Jawa Timur ini dilakukan dengan cara dilaksanakan dengan terjun langsung di masyarakat dan pendekatan kepada pihak terkait. Kegiatan yang kami lakukan ada Workshop hingga pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM di Kelurahan Kalijudan, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya. Workshop ini diadakan di Kelurahan Kalijudan pada tanggal 4 April 2022 dan dilanjutkan pendampingan *door to door* selama 2 bulan. Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut.

Persiapan

Pada tahap persiapan ini, kami melakukan survei untuk mengetahui kondisi wilayah, masyarakat, dan juga membuat rancangan kegiatan. Setelah itu, kami juga melakukan pendataan secara langsung maupun bertanya ke Kelurahan guna memahami kondisi dari setiap sasaran yang sudah di data sebelumnya. Selanjutnya, kami menyiapkan materi serta alat dan bahan untuk melakukan kegiatan yang akan dilakukan.

Penyuluhan

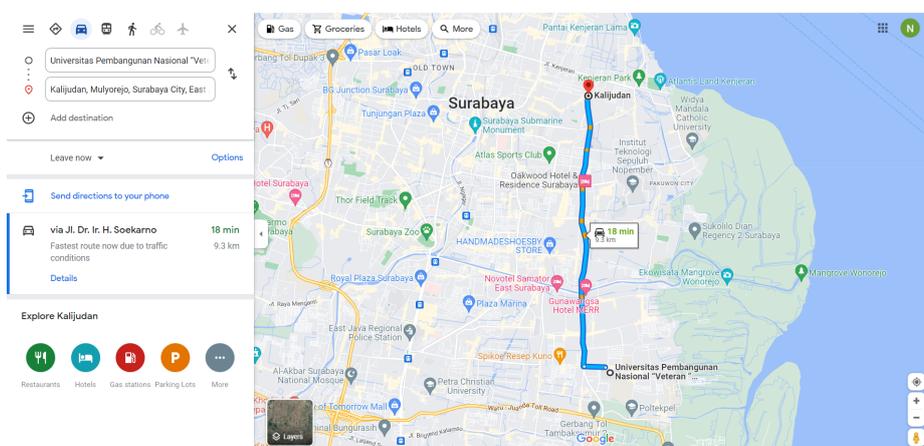
Pada tahap penyuluhan ini, kami melakukan edukasi materi dan pelatihan penggunaan aplikasi Shopee dengan mengadakan *workshop*. Materi yang diberikan seperti, pentingnya penggunaan *E-Commerce* dan media sosial untuk perluasan pemasaran usaha, cara pembuatan konten untuk *E-Commerce* dan media sosial, serta materi lain yang bisa menunjang *e-commerce*. Setelah itu, kami juga melakukan pendampingan.

Pendampingan

Pada tahap pendampingan ini, kami melakukan pendampingan beberapa UMKM di Kelurahan Kalijudan. Pendampingan ini dilakukan secara *door to door* selama 2 kali dalam seminggu. Pendampingan ini dimulai dari kemasan, foto produk, pembuatan *e-commerce* (*Shopee*), hingga cara mengoperasikannya.

Evaluasi

Pada tahap ini, kami melakukan evaluasi akhir guna mengetahui kendala lanjutan yang belum dimengerti oleh pelaku UMKM terkait *digital marketing*. Kami menyebarkan kuisioner kepada pelaku UMKM yang sudah didampingi untuk evaluasi akhir.



Gambar 1. Peta Kelurahan Kalijudan



Gambar 2. Joglo Kelurahan Kalijudan pada Tahun 2017

Kegiatan ini digolongkan menjadi 3 tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan evaluasi

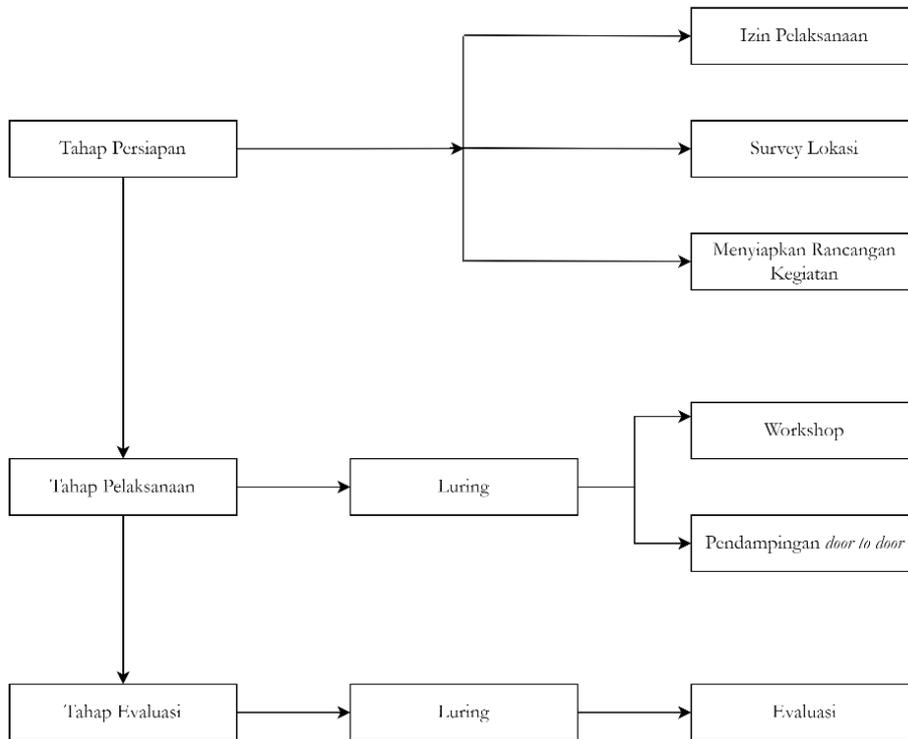


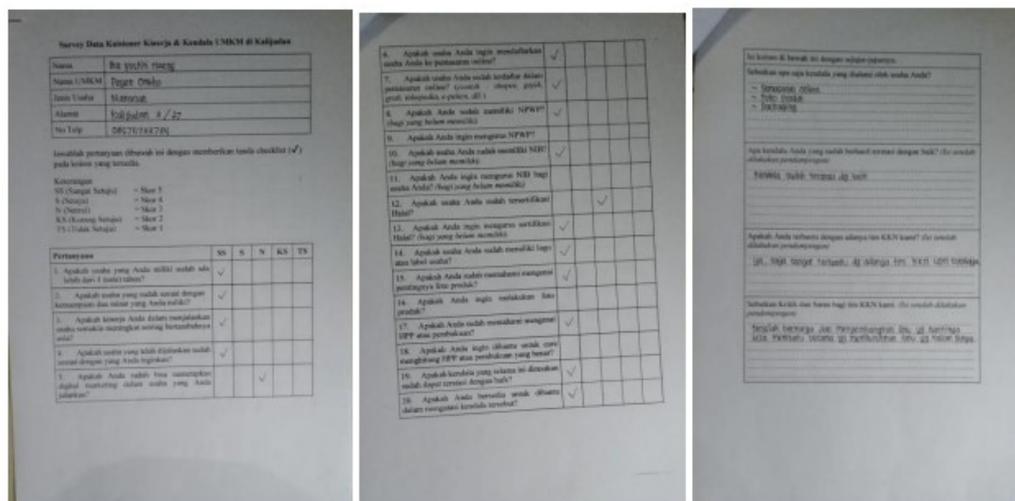
Diagram 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pendahuluan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh KKNT-MBKM Kelompok 20 di Kelurahan Kalijudan ini bertujuan sebagai bekal pengetahuan seputar pembuatan dan pelatihan langsung *E-Commerce* melalui situs *marketplace Shopee* yang berguna untuk perluasan pasar UMKM serta untuk meningkatkan pendapatan ekonomi. Beberapa tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini antara lain:

1. Pendataan UMKM;
2. Edukasi mengenai digital marketing serta *E-Commerce* (*Shopee*);
3. Pendampingan pendaftaran *E-Commerce* (*Shopee*);
4. Pendampingan pengaplikasian *E-Commerce* (*Shopee*).



Gambar 3. Pendataan kuesioner salah satu UMKM
 Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama kegiatan pengabdian pada masyarakat di Kelurahan Kalijudan, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya pada pelaku UMKM ini masih banyak yang kurang mengerti mengenai *digital marketing* untuk produk yang telah dihasilkan. Oleh sebab itu, para pelaku UMKM jadi tidak ingin melakukan pemasaran *online* karena dinilai rumit. Selain itu, pelaku UMKM rata-rata sudah berusia lanjut. Akibatnya rata-rata pelaku UMKM di kelurahan tersebut masih menjualkan produknya dari orang ke perorangan atau mulut ke mulut, bahkan ada pelaku UMKM yang produksi hanya saat ada pesanan dari orang. Hasil dari penjualan yang dihasilkan dinilai cukup untuk kebutuhan sehari-hari sehingga perkembangan usaha UMKM belum bisa memperbesar skala produksi dan menambah lapangan pekerjaan. Meskipun begitu, masih ada UMKM yang tertarik dengan *digital marketing* ini dan kami dampingi agar dapat menerapkannya. Berikut ini identifikasinya:

Tabel 1. Pendaftaran E-Commerce di UMKM Kelurahan Kalijudan

Nama UMKM	<i>E-Commerce</i>
Peyek Ombho	<input checked="" type="checkbox"/>
Dapoer Polaris	<input checked="" type="checkbox"/>
Kerupuk Kupang Pak Sunardi	<input checked="" type="checkbox"/>

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel di atas menunjukkan pendaftaran *E-Commerce* oleh UMKM di Kelurahan Kalijudan, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya. UMKM yang sudah didaftarkan *E-Commerce* meliputi Peyek Ombho, Dapoer Polaris, dan Kerupuk Kupang Pak Sunardi.

Pendampingan

Pendampingan secara *door to door* dilakukan oleh KKNT-MBKM Kelompok 20 kepada pelaku UMKM di Kelurahan Kalijudan setiap 2 (dua) kali dalam seminggu. Pelaku UMKM juga antusias mengikuti praktik pembukaan toko *online* di situs *E-Commerce Shopee* secara *door to door*. Hubungan antara anggota KKNT-MBKM Kelompok 20 dengan pelaku UMKM terjalin dengan baik, hal ini terlihat dari pelaku UMKM yang berhasil membuka akun toko *online* pada aplikasi *Shopee*.



Gambar 4. KKNT-MBKM Kelompok 20 dan pelaku UMKM dalam pembukaan *E-Commerce* Shopee

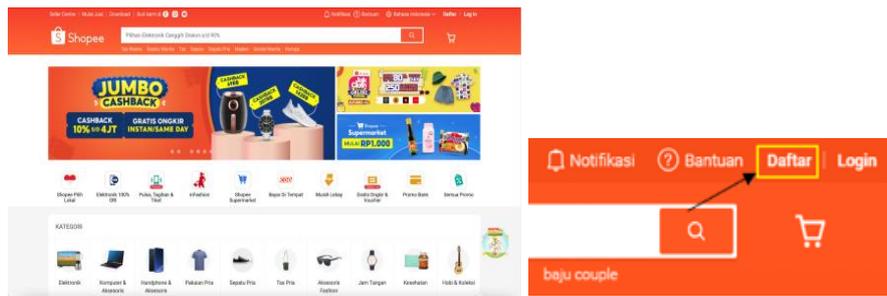
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022



Gambar 5. Toko *online E-Commerce Shopee* UMKM Peyek Ombho di Kalijudan

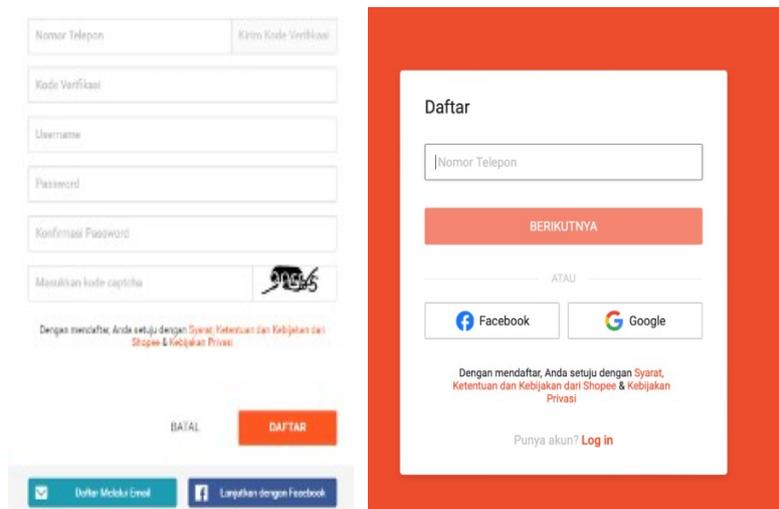
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Langkah - Langkah Pembuatan Akun Shopee



Gambar 6. Halaman Utama *Shopee* dan Menu Daftar

1. Buka website Shopee di browser, yaitu <https://shopee.co.id/>; atau *download* aplikasi *Shopee* melalui *Google Play Store* atau *App Store* menggunakan *smartphone*;
2. Setelah halaman *Shopee* terbuka, klik “**Daftar**” seperti yang ditunjuk pada gambar di atas;
3. Lalu akan tampil form seperti gambar di bawah ini. Kemudian isi form untuk registrasi;



Gambar 7. Form Pendaftaran Akun

Isi form untuk registrasi, yaitu:

- Masukan nomor telepon kemudian klik “Verifikasi”. Anda akan mendapat kode verifikasi melalui SMS ke nomor tersebut, kemudian masukkan kode tersebut di kotak “Kode Verifikasi”.



Gambar 8. Kolom Kode Verifikasi

- Masukan *username*, *password*, dan konfirmasi *password*.
- Masukan kode *captcha* sesuai dengan captcha disebelahnya.
- Klik tombol “Daftar”.

- Selain mengisi form, Anda juga bisa mendaftar melalui *Facebook* atau *Email*.
4. Anda sudah berhasil registrasi di Shopee, sekarang klik “Mulai Jual” seperti yang ditunjuk pada gambar di bawah ini;



Gambar 9. Menu Jual

5. Maka akan tampil pilihan seperti pada gambar di bawah ini, klik “Pengaturan Toko” seperti yang ditunjuk pada gambar di bawah ini;



Gambar 10. Gambar Pengaturan Toko

6. Terakhir, menambah “Produk Baru”. Kemudian lengkapilah rangkaian informasi produk mulai dari nama produk, deskripsi produk, kategori produk, harga produk, stok produk (dalam Pcs), variasi produk (warna, ukuran, dan lain-lain.), berat produk (dalam Kg), kondisi produk (Baru/Bekas), jasa kirim yang digunakan (JNE, J&T, dan lain-lain), sampai rekening bank. Bila semua sudah lengkap, klik “Simpan” dan “Tampilkan”. Selesai.

Kesimpulan dan Saran

Pengabdian kepada masyarakat dalam hal kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik MBKM Kelompok 20 di Kelurahan Kalijudan dengan beberapa tahapan dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* menjadi penunjang bagi pelaku UMKM untuk mempermudah kegiatan transaksi penjualan. Dengan penerapan digital marketing di era teknologi yang sudah canggih dan pengenalan seputar *E-Commerce Shopee* ini dapat mempersingkat kegiatan penjualan dari pelaku UMKM di Kalijudan. Dengan penerapan *digital marketing* dan penjualan melalui *E-Commerce Shopee*, proses penyebaran informasi produk dari penjual ke konsumen dapat dilakukan dengan sangat cepat dan lebih mudah tanpa mengeluarkan biaya yang terlalu banyak. Meskipun memiliki banyak kelebihan, masih banyak para pelaku UMKM yang enggan melakukan pemasaran melalui online dikarenakan rumit dan tidak bisa bertransaksi langsung dengan konsumen. Selain itu, untuk pelaku UMKM yang berusia lanjut juga kesusahan dalam mengoperasikannya. Namun, diantara mereka masih banyak pelaku UMKM yang tetap antusias.

UMKM di Kelurahan Kalijudan ada beberapa yang sudah berkembang mengikuti jaman hanya saja kurang menerapkan apa yang mereka pelajari agar dapat membuat usaha mereka berkembang. Para pelaku UMKM yang belum mengerti dapat meminta bantuan atau mengikuti berbagai kegiatan workshop agar dapat melatih *skill* mereka dan ilmu yang diberikan dapat diterapkan ke usaha mereka sehingga dapat bersaing dengan usaha lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Perlu diketahui bahwa kegiatan *workshop* dan pendampingan yang diselenggarakan oleh Kelompok 20 KKN tidak akan berhasil tanpa dukungan dari segala pihak. Untuk itu, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh perangkat kelurahan Kalijudan yang telah membantu

kami merealisasikan acara ini. Kami juga berterima kasih kepada Ibu Laksmi Diana, S.S., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingannya, sehingga kami mampu menyelesaikan acara ini. Tidak lupa kami haturkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu atas segala bantuan dan kontribusi yang diberikan sehingga acara ini dapat berjalan dengan lancar. Kiranya kegiatan *workshop* dan pendampingan di tiap UMKM yang telah dilaksanakan oleh Kelompok 20 dapat memberikan manfaat bagi seluruh pelaku UMKM.

Referensi

- Eka, W., Lestariana, D. S., & Nanik, S. (2021). Pentingnya E-Commerce bagi UMKM pada Masa Pandemi di RT.03 Kampung Surodadi, Siswodipuran, Boyolali. *Jurnal ABDIKMAS UKK*, 1(2), 115–121.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat at Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 153–167. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.159>
- Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Ariyanti, Y. D. P., & Erwanti, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 8-11.
- Vermaat, Shelly Cashman. 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3*. Jakarta: Salemba Infotek.