

## PEMBUATAN DAN PEMANFAATAN APLIKASI SHOPEE DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DI DESA PELAWAD

### CREATING AND UTILIZING SHOPEE APPLICATION IN EFFORT TO INCREASE UMKM SALES AT PELAWAD VILLAGE

<sup>1</sup>Selly Septiani, <sup>2</sup>Novian Ikhsan, <sup>3</sup>Listina Nadhia Ningsih

<sup>1,2,3</sup>Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pamulang Kota Serang  
email : <sup>1</sup>dosen10011@unpam.ac.id

#### ABSTRAK

Perkembangan informasi teknologi terutama *internet* mengalami peningkatan yang sangat besar. Meningkatnya pengguna *internet* di Indonesia sangat mempengaruhi perkembangan *marketplace* di Indonesia. *Marketplace* yang sedang berkembang di Indonesia salah satunya adalah Shopee. *Marketplace* Shopee banyak digunakan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk melakukan promosi serta penjualan. Desa Pelawad adalah desa yang memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), tetapi belum mengetahui dan mengelola *marketplace* sebagai media untuk melakukan promosi serta penjualan, bahkan masih belum bisa membuat akun *marketplace* itu sendiri. Dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini diharapkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Pelawad mampu memanfaatkan *marketplace* sebagai peluang bisnis di era teknologi internet saat ini. Di kegiatan ini menggunakan metode edukasi dan pelatihan untuk pengenalan dan pembuatan akun *marketplace* Shopee dan pelatihan mengenai branding produk. Peserta mendapatkan kemampuan membuat toko *online* dan menjual produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di *marketplace* shopee.

**Kata Kunci :** *Marketplace, Shopee, UMKM Desa Pelawad.*

#### ABSTRACT

*The development of information technology, especially the internet, has experienced a very large increase. The increase in internet users in Indonesia has greatly influenced the development of the marketplace in Indonesia. One of the marketplaces that is currently developing in Indonesia is Shopee. The Shopee marketplace is widely used by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to carry out promotions and sales. Pelawad Village is a village that has Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), but does not yet know and manage the marketplace as a medium for promotions and sales, and cannot even create a marketplace account itself. By carrying out this service activity, it is hoped that Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Pelawad village will be able to utilize the marketplace as a business opportunity in the current era of internet technology. This activity uses education and training methods to introduce and create a Shopee marketplace account and training on product branding. Participants gain the ability to create an online shop and sell Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) products on the Shopee marketplace.*

**Keywords:** *Marketplace, Shopee, Pelawad Village MSMEs.*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan informasi teknologi terutama *internet* mengalami peningkatan yang sangat besar. Dengan *internet* pelaku bisnis dapat melakukan promosi dan penjualan yang dapat meningkatkan penjualan produknya. Pada saat ini, penggunaan *internet* dalam bisnis tidak hanya sebagai pertukaran informasi secara digital tetapi juga menjadi media strategi bisnis. Contohnya adalah aktivitas pemasaran produk, penjualan produk serta pelayanan terhadap konsumen. Pemasaran di *internet* lebih dapat menjangkau konsumen dari berbagai

daerah yang tidak dapat dilakukan dengan pemasaran secara konvensional. Pemasaran di Internet juga dapat diartikan sebagai *direct marketing*, dimana pembeli dapat terhubung langsung dengan penjual, walaupun pembeli dan penjual berada di tempat yang berbeda. Dengan adanya *marketplace* ini pembeli dapat mengakses serta melakukan pesanan terhadap produk yang diinginkan dari manapun dan kapanpun. Saat ini, *marketplace* Indonesia sangat berkembang yang dapat mempermudah masyarakat untuk berbelanja bahkan saat di rumah. *Marketplace* adalah sebuah *website* atau aplikasi *online* yang memfasilitasi proses jual beli barang, jasa atau informasi secara *online* yang langsung menghubungkan antara penjual dan pembeli. Rohmatul Khofifah (2022) mengungkapkan “penggunaan *marketplace* sebagai sarana pemasaran online memiliki banyak keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak adanya biaya operasional, tidak memerlukan promosi sebab platform *marketplace* telah memiliki strategi promosi tersendiri, tidak memerlukan biaya untuk sewa, pengguna hanya perlu mendaftarkan toko onlinenya untuk berjualan di *marketplace*, dapat meningkatkan pelayanan dan promo, serta lainnya”.

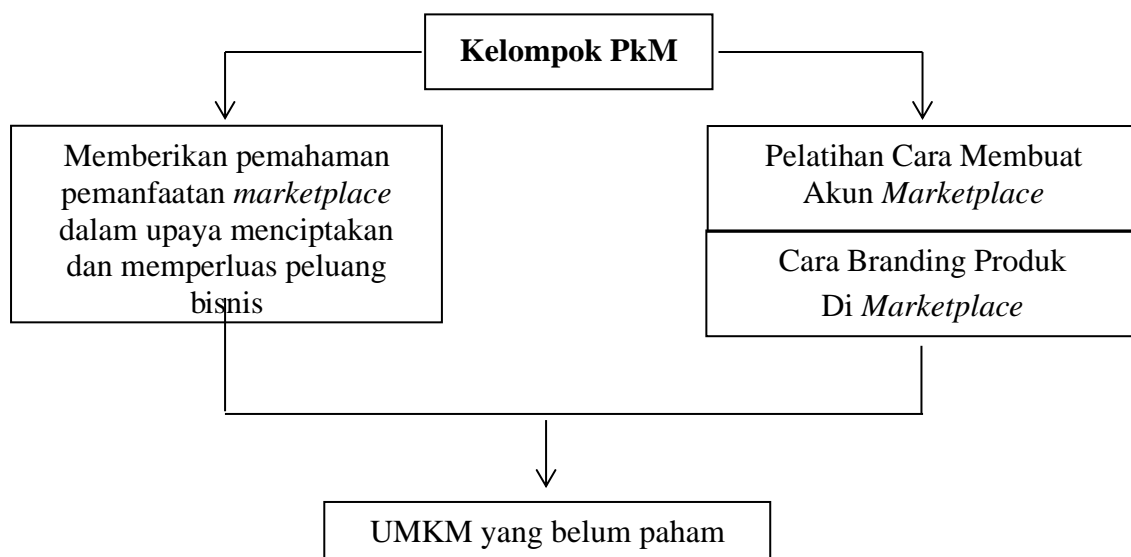
Desa Pelawad adalah desa yang memiliki pelaku UMKM yang hanya melakukan penjualan dalam bentuk konvensional atau offline, rata-rata masih belum memiliki *marketplace* seperti Shopee sehingga promosi dan penjualan produk tidak begitu besar. Tren *marketplace* masih booming sampai saat ini. Dengan kehadiran *marketplace* seperti shopee pelaku UMKM cukup mempunyai toko online dan mempunyai kesempatan untuk mendapatkan konsumen dari seluruh daerah. Adapun menurut Digital Global Overview Report (2022) “negara yang warganya paling sering belanja *online* yaitu (1) Thailand mencapai 45,8%. (2) Korea Selatan sebanyak 43,1%. (3) Meksiko sebanyak 39,4% (4) Turki sebanyak 38,9%. (5) Indonesia sebanyak 36%. Pengabdian masyarakat adalah kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Secara umum program ini dirancang oleh universitas atau institut yang ada di Indonesia untuk memberikan kontribusi nyata bagi bangsa Indonesia, khususnya dalam mengembangkan pembangunan dan pemberdayaan kesejahteraan kemajuan bangsa Indonesia. Pembangunan yang dimaksud adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup bagi individu dan masyarakat luas. Singkatnya pembangunan merupakan segala upaya yang berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kehidupan masyarakat dan bangsa menuju suatu kondisi yang lebih baik. Sedangkan pemberdayaan masyarakat memiliki konsep dasar sebagai dasar dalam menjalankan pemberdayaan masyarakat. Definisi dalam konsep pemberdayaan masyarakat ini merupakan generalisasi suatu gagasan atau gambaran mental yang dinyatakan sebagai

symbol atau kata. Tujuan pemberdayaan adalah melatih masyarakat agar mempunyai pengetahuan dan keterampilan agar mampu mandiri untuk keluar dari kesenjangan, kemiskinan, dan ketidakberdayaan (Sudarmanto, et al., 2020).

Target pasar yang lebih luas bisa dengan mudah diraih jika bisa memanfaatkan pemasaran secara digital dengan baik, tanpa harus membuka toko konvensional dan biaya operasional serta modal yang diperlukan akan lebih sedikit. Di era digital ini, masih banyak masyarakat yang tidak ingin mengenal dan menggunakan platform digital karena merasa sulit untuk membuat dan menggunakan *marketplace* serta tidak mengerti bagaimana cara memanfaatkan *marketplace* untuk peluang bisnis. Maka kami yang terdiri dari 3 dosen universitas pamulang kampus serang dan 5 mahasiswa fakultas ilmu komputer prodi sistem informasi ingin melakukan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Pembuatan dan Pemanfaatan Aplikasi Shopee dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Pelawad”. Dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Pelawad mampu memanfaatkan *marketplace* sebagai peluang bisnis di era teknologi internet saat ini.

## II. METODE PELAKSANAAN

Di era teknologi internet saat ini, masih banyak masyarakat yang tidak ingin mengenal dan menggunakan platform digital karena merasa sulit untuk membuat dan menggunakan *marketplace* serta tidak mengerti bagaimana cara memanfaatkan *marketplace* untuk peluang bisnis. Adapun Kerangka pemecahan masalah dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlihat pada gambar 1. berikut



Pembuatan dan Pemanfaatan Aplikasi Shopee dalam Upaya  
Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Pelawad

Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Realisasi pemecahan masalah pada kegiatan PkM ini adalah:

**A.** Cara membuat akun *marketplace*

Pada bagian ini akan dijelaskan bagaimana cara membuat akun *marketplace* shopee. Mulai dari pendaftaran, mengisi profil akun penjual sampai akun berhasil terverifikasi.

**B.** Cara branding produk *marketplace*

Selain produk yang berkualitas, kunci keberhasilan berjualan di *marketplace* adalah membuat identitas produk yang berguna untuk memperjelas dan memperkuat produk agar terlihat bagus dan mudah diingat oleh konsumen dan memiliki daya saing dengan produsen yang memproduksi barang yang sama. Pelatihan untuk melakukan branding produk di *marketplace* yaitu:

- 1) Pilih produk yang berkualitas serta unik untuk menarik minat calon konsumen. Selalu perhatikan kualitas produk yang dijual agar konsumen tidak kecewa dan terus melakukan pembelian ulang.
- 2) Deskripsi produk dan foto yang bagus merupakan cara lain yang harus dilakukan untuk berjualan di *marketplace*, karena membeli secara online konsumen tidak dapat melihat barang yang akan dibeli secara langsung. Oleh karena itu, konsumen pasti akan melihat secara rinci produk dari deskripsi dan foto yang dicantumkan pada iklan tersebut.
- 3) Berikan deskripsi produk secara detail agar sesuai dengan harapan konsumen dengan cara memberi deskripsi secara lengkap dan jujur sertamencantumkan foto yang sebenarnya dari produk tersebut.

Sasaran program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada Minggu, 12 November 2023 dengan tema Pembuatan dan Pemanfaatan Aplikasi Shopee dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Pelawad adalah UMKM di Desa Pelawad yang beralamatkan di Taman Ciruas Permai, Kelurahan Pelawad, Kecamatan Ciruas, Kota Serang 42182 yang berjumlah 30 Orang.

Metode yang akan digunakan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu:

- a. Edukasi, tahap edukasi yaitu memaparkan materi pelatihan mulai dari pengenalan marketplace serta cara-cara membuat akun sampai dengan menjual produk di marketplace.
- b. Praktik langsung, tahap ini yaitu langsung mempraktikkan cara membuat akun serta *branding* produk di marketplace.
- c. Diskusi dan tanya jawab, tahap ini adalah berdiskusi sesama peserta dan pemateri hasil praktik membuat akun serta *branding* dan tanya jawab terkait dengan materi yang telah disampaikan.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dilaksanakan di Perpustakaan Desa Pelawad Ciruas dan diikuti oleh 30 orang yang memiliki usaha mikro kecil dan menengah. Acara dibuka dengan sambutan dari Sekretaris Desa Pelawad yang dilanjutkan dengan sambutan dari Kaprodi Sistem Informasi Universitas Pamulang Kampus Serang. Sekretaris Desa Pelawad menyambut positif kegiatan ini, harapan beliau kegiatan seperti dapat dilaksanakan secara berkelanjutan. terlihat pada gambar 2. berikut



Gambar 2. Sambutan dari Kaprodi Sistem Informasi Universitas Pamulang

Setelah sambutan selesai, acara dilanjutkan dengan pemaparan materi pelatihan mulai dari pengenalan marketplace serta cara-cara membuat akun sampai dengan menjual

produk di marketplace. Selesai materi disampaikan, yang dilakukan adalah pelatihan langsung kepada peserta berupa praktik membuat akun serta *branding* produk. Lalu peserta berdiskusi dan saling tanya jawab kepada pemateri maupun peserta lainnya terkait kendala, cara ataupun hasil pembuatan akun serta branding yang sudah dibuat, terlihat pada gambar 3. berikut



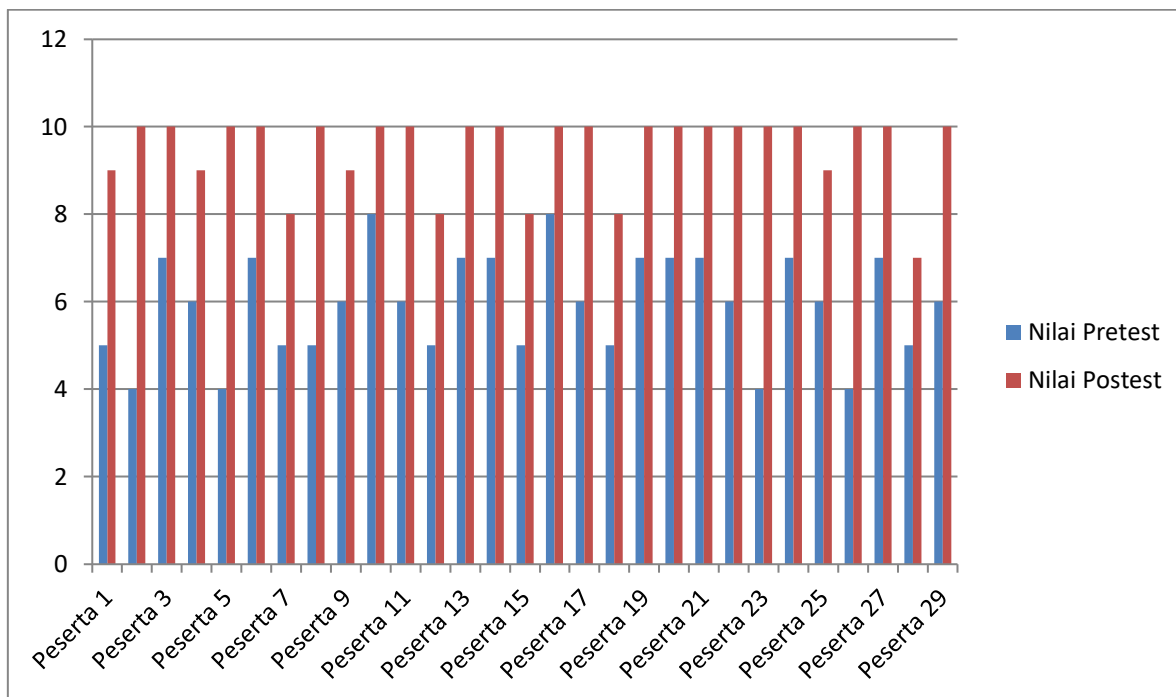
**Gambar 3. Tema Pelatihan**

Penilaian keberhasilan dari kegiatan ini dilaksanakan di setiap sesi. Sesi penilaian awal peserta menggunakan kuesioner pre test. Setelah sesi penyampaian materi dan sesi diskusi, kuisisioner post test diberikan kepada peserta untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap cara pembuatan akun serta *branding* produk di marketplace. Nilai pre test dan post test para peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap marketplace serta cara-cara membuat akun sampai dengan menjual produk di marketplace. Seperti yang terlihat pada tabel 1, hasil pre test dan post test peserta memperlihatkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman materi. Capaian nilai tertinggi diperoleh 21 peserta, sehingga pengetahuan dan pemahaman materi pada kegiatan ini mencapai 70% yang artinya kepada 21 peserta dari 30 total peserta kegiatan ini dapat memahami materi yang telah disampaikan, terlihat pada gambar 4 dan gambar 5. berikut

Tabel 1. Hasil Nilai Pre Test dan Post Test

No	Peserta	Nilai Pretest	Nilai Posttest
1	Partisipan 1	5	9
2	Partisipan 2	4	10
3	Partisipan 3	7	10
4	Partisipan 4	6	9
5	Partisipan 5	4	10
6	Partisipan 6	7	10
7	Partisipan 7	5	8
8	Partisipan 8	5	10
9	Partisipan 9	6	9
10	Partisipan 10	8	10
11	Partisipan 11	6	10
12	Partisipan 12	5	8
13	Partisipan 13	7	10
14	Partisipan 14	7	10
15	Partisipan 15	5	8

No	Peserta	Nilai Pretest	Nilai Posttest
16	Partisipan 16	8	10
17	Partisipan 17	6	10
18	Partisipan 18	5	8
19	Partisipan 19	7	10
20	Partisipan 20	7	10
21	Partisipan 21	7	10
22	Partisipan 22	6	10
23	Partisipan 23	4	10
24	Partisipan 24	7	10
25	Partisipan 25	6	9
26	Partisipan 26	4	10
27	Partisipan 27	7	10
28	Partisipan 28	5	7
29	Partisipan 29	6	10
30	Partisipan 30	6	10



Gambar 4. Grafik Nilai Pre Test dan Post Test



Gambar 5. Penyerahan Sertifikat

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

Pelaku UMKM di Desa Pelawad Ciruas jadi mengenal dan berkeinginan untuk menjual produk yang mereka miliki di marketplace guna untuk meningkatkan penjualan UMKM seiring meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta terkait penjualan dan *branding* produk di marketplace sebesar 70%. Saran untuk pelaksanaan kegiatan berikutnya adalah menjelaskan dan menekankan kepada peserta untuk melakukan cara promosi yang menarik agar penjualan produk UMKM di Desa Pelawad semakin meningkat dan berkembang.

#### **V. TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada LPPM Universitas Pamulang sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana. Terima kasih pula kepada Segenap Perangkat Desa Pelawad Ciruas yang telah mengizinkan kami untuk melaksanakan kegiatan ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022, Februari 14). *Daftar Negara Paling Sering Belanja Online, Indonesia Peringkat ke-5*. Retrieved Maret 26, 2022, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/daftar-negara-paling-sering-belanja-online-indonesia-peringkat-ke-5>.
- Pramudita, B. A., Barri, M. H., Priharti, W., Rizal, A., Prihatiningrum, N., & Hidayat, I. (2022). Pemanfaatan marketplace tokopedia untuk pengembangan usaha. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(1), 80-91.
- Rahmadani, N., Kurniawan, E., & Sena, M. D. (2021). Pemanfaatan Marketplace Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Ponsel . *Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, 189-194.
- Raneo, A. P., Thamrin, K. M., Yunita, D., & Nurullah, A. (2021). Peluang Bisnis Multimedia di Era Pandemi Covid-19 . *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 105-112.
- Sari, V. N., & Angraini, D. (2020). *Revolusi Uang Digital Era 5.0 Transaksi Digital*. Solok, Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- staff. (2020, Juli 16). *Profil SMKN Pertanian Kota Serang*. Retrieved Juni 14, 2022, from SMK Negeri Pertanian Kota Serang: <https://smkpnsenang.sch.id/profil/#:~:text=Dwiyanti%20Astiyaningsih%2C%20SP.%2C%20M.Pd>.
- Sudarmanto, E., Revida, E., Zaman, N., Simarmata, M. M., Purba, S., Bachtiar, S. E., et al. (2020). *Konsep Dasar Pengabdian Kepada Masyarakat : Pembangunan dan Pemberdayaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Tamtomo, A. B. (2021, September 28). *INFOGRAFIK: 10 Marketplace Paling Banyak Dikunjungi*. Retrieved Maret 26, 2022, from Kompas.Com: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/28/200500565/infografik--10-marketplace-paling-banyak-dikunjungi>.