

Sosialisasi dan Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Blurukidul Melalui Aplikasi Shopee

**Putra Fajar Maulana¹, Nafalia Dini Faradilla², Mia Dwi Risandi³, Della Sari⁴,
Mirna Nisfaul Laili⁵, Binti Azizatun Nafi'ah⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Putra Fajar Maulana

E-mail: 21011010167@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini membahas mengenai sosialisasi dan pelatihan digitalisasi pemasaran produk UMKM melalui aplikasi Shopee. Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman dan pelatihan terhadap 20 pelaku UMKM di Desa Blurukidul. Metode yang digunakan dalam sosialisasi dan pelatihan ini yakni sosialisasi serta praktik langsung untuk menjelaskan pentingnya digitalisasi pemasaran, platform e-commerce, mendaftar akun shopee seller, dan mengupload produk. Dari kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan pemahaman UMKM Blurukidul dalam memanfaatkan platform e-commerce berupa Shopee untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, sehingga pelaku UMKM memiliki kesiapan untuk menjual produk secara digital dan lebih luas.

Kata kunci – Digitalisasi, Pemasaran, UMKM, Shopee

Abstract

This service activity discusses socialization and training on digitalization of UMKM product marketing through the Shopee application. This activity aims to provide understanding and training to 20 UMKM actors in Blurukidul Village. The methods used in this socialization and training are lectures and hands-on practice to explain the importance of digitalization of marketing, e-commerce platforms, registering a Shopee Seller account, and uploading products. From this service activity, it can increase the understanding of Blurukidul UMKM in utilizing the e-commerce platform in the form of Shopee to expand the market and increase sales, so that UMKM actors have the readiness to sell products digitally and more widely.

Keywords - Digitalization, Marketing, UMKM, Shopee

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi digital, digitalisasi pemasaran menggambarkan transformasi yang signifikan yang terjadi di dalam dunia bisnis. Digitalisasi telah menjadi kunci utama dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Setiap inovasi dilahirkan membawa manfaat positif, memberikan banyak kemudahan dan memberikan peluang baru dalam menjalankan aktivitas kehidupan manusia (Irianto et al., 2023). Perubahan metode dari yang awalnya tradisional berubah menjadi digital yang memungkinkan untuk menawarkan peluang baru bagi suatu bisnis baik kecil, menengah, maupun besar sehingga dapat menjangkau pasar dan target yang lebih luas. Bisnis yang menggunakan teknologi digital juga lebih mudah memahami perilaku konsumen serta mengoptimalkan strategi pemasaran. Digitalisasi pemasaran tersebut mencakup penggunaan alat dan teknologi seperti media sosial, marketplace online (Tokopedia, Shopee, Lazada), email marketing, dan lain sebagainya.

Perkembangan digitalisasi pun mulai menyentuh berbagai sektor, salah satunya pada bidang ekonomi dan bisnis. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pendorong ekonomi di Indonesia. Dengan potensi ekonomi tersebut, UMKM yang ada dapat memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan bisnisnya. UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan ekonomi yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang ditinjau dari tingkat kekayaan bersih dan omset tahunannya. UMKM memiliki kemampuan dalam menciptakan lapangan kerja dan memberikan layanan ekonomi inklusif kepada masyarakat lokal (Mardiana et al., 2022). Digitalisasi UMKM ini menjadi konsep baru dalam berbisnis. Beberapa manfaat digitalisasi UMKM lainnya adalah minimalisasi hilangnya target pasar, efisiensi biaya, pemasaran yang lebih luas, dan kualitas produk yang meningkat.

Peran digitalisasi UMKM menjadi penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Lewat kegiatan UMKM, produk kreatif atau khas daerah akan lebih dikenal apalagi jika dipasarkan melalui platform digital (Suparjiman et al., 2024). Pada kenyataannya pelaku UMKM dituntut senantiasa mengembangkan perekonomian negara dan daerah. Hal ini pun berlaku bagi Desa Blurukidul, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo yang memiliki sekitar 1000 UMKM. Demi memajukan UMKM di desa Blurukidul, desa tersebut membuat sebuah kepengurusan yang bertujuan untuk bertugas hanya pada sektor UMKM dan saat ini memiliki total 495 UMKM sebagai anggota kepengurusan. Dalam kepengurusan tersebut UMKM memiliki sumber masalah utama yaitu mengenai pemasaran secara *online*. Terbatasnya pengetahuan mengenai teknologi atau mengenai digitalisasi pemasaran menjadi sumber masalah utama yang dialami oleh UMKM Blurukidul, sehingga luas jangkauan konsumen terbatas.

Maka dari itu, demi mendukung kelancaran ekonomi daerah dalam proses pengembangan UMKM dalam aspek pemasaran digital, program digitalisasi UMKM merupakan salah satu solusi. Solusi yang dimaksudkan adalah memasukkan produk-produk UMKM pada platform jual beli digital, seperti Shopee, Tokopedia, Tiktok, dan masih banyak platform lain. Kebanyakan produk UMKM di Desa Blurukidul adalah makanan dan minuman ringan kemasan seperti, keripik singkong, sambal, jamu, kue kering, dan masih banyak lagi.

Dari potensi yang ada maka bentuk solusi lewat digitalisasi UMKM diantaranya memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM melalui salah satu *marketplace* yaitu Shopee. Dalam melakukan digitalisasi pemasaran tersebut kami memberikan sebuah sosialisasi dan pelatihan pentingnya digitalisasi pemasaran dan bagaimana cara untuk mendaftar melalui platform tersebut.

Melalui Shopee, UMKM dapat memanfaatkan berbagai fitur seperti toko online, iklan berbayar, dan promosi untuk menarik perhatian pelanggan. Digitalisasi pemasaran melalui Shopee memungkinkan UMKM untuk menjalankan kampanye pemasaran yang lebih terukur dan relevan dengan memanfaatkan data pengguna dan analitik yang disediakan oleh platform. Hal tersebut juga memungkinkan UMKM untuk memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini diharapkan dapat memberi pengetahuan serta pemahaman

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

kepada pelaku UMKM di Desa Blurukidul tentang digitalisasi pemasaran produk melalui aplikasi shopee sehingga berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan dan peningkatan keuntungan yang diperoleh oleh pelaku UMKM. Melalui strategi pemasaran digital tersebut, bukan hanya pangsa pasar dan omzet penjualan yang diperluas jangkauannya, namun juga dapat diperoleh data preferensi dan perilaku berbelanja konsumen, sebagai media promosi produk-produk baru.

METODE

Lokasi Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian pada pelaku UMKM dengan judul “Sosialisasi dan Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Blurukidul Melalui Aplikasi Shopee” dilakukan di balai desa Blurukidul dengan alamat Jalan Balai Desa No. 1, Dusun Blurukidul, Blurukidul, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan yang ikut pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan diambil dari anggota kepengurusan UMKM Desa Blurukidul sejumlah 20 orang dan didukung oleh mahasiswa KKN Tematik Bela Negara SDG's kelompok 7 UPN “Veteran” Jawa Timur.

Metode Pelaksanaan

Dalam melakukan kegiatan UMKM tersebut terdapat dua metode yang digunakan oleh mahasiswa yaitu:

1. Menggunakan metode ceramah yang menjelaskan mengenai betapa pentingnya melakukan digitalisasi pemasaran mulai dari manfaat dan tujuan, beberapa platform e-commerce, cara mendaftar akun shopee seller, dan mengupload produk di akun shopee pribadi. Dalam metode ini juga kami memberikan suatu contoh pengguna shopee yang telah berhasil dalam melakukan digitalisasi pemasaran melalui aplikasi shopee untuk memberitahukan bahwa digitalisasi memiliki peran penting demi kemajuan UMKM.
2. Memberikan praktik secara langsung yang dilakukan setelah ceramah selesai. Praktik yang dimaksudkan adalah mendaftar akun shopee seller dan cara untuk mengupload produk. Pada saat praktik berlangsung disamping pemateri memberikan arahan terdapat juga peserta KKN yang lain untuk mendampingi secara langsung masing-masing pelaku UMKM yang tidak mengerti atau membutuhkan pengarahannya secara rinci.

Langkah Kerja

Terdapat beberapa langkah yang diterapkan pada kegiatan ini, di antara lain:

1. Melakukan koordinasi dengan salah satu pengurus UMKM yaitu Ibu Sri Asih sebagai bendahara. Koordinasi membahas mengenai lokasi kegiatan, jadwal kegiatan, dan peserta kegiatan. Dalam koordinasi awal membahas terkait siapa saja peserta yang akan ikut dan dilaksanakan dengan membuat list yang dilakukan di grup Whatsapp dan juga setidaknya salah satu pengurus UMKM serta pegawai pemerintahan desa ikut dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan UMKM. Adapun beberapa persyaratan yang harus dipenuhi yaitu tidak mempunyai akun shopee seller, memiliki foto produk untuk diupload, tidak memiliki KTP, dan memiliki setidaknya HP untuk mendaftar akun shopee seller.
2. Melakukan persiapan penyuluhan dan pelatihan. Dalam hal ini kami peserta KKN mempersiapkan materi yang dibuat melalui PPT dan ditampilkan untuk sesi ceramah, teknis kegiatan yang dilakukan dimulai dari pemberian materi sampai pendampingan pelatihan, mengecek persiapan perlengkapan dan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan perlengkapan seperti daftar hadir peserta, konsumsi, kesiapan mic, sound system, dan lain-lain.
3. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan yaitu ceramah mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran yang dilakukan oleh pemateri dari peserta KKN, dilanjut dengan pendampingan

pelatihan pembuatan akun shopee seller dan upload produk yang dijual. Pendampingan dilakukan oleh peserta KKN yang lain dengan memberikan pengarahan secara intensif satu persatu sampai pengurus UMKM paham.

4. Pembuatan laporan kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil wawancara terdapat beberapa tahapan yang menunjukan jika pelaku UMKM di Desa Blurukidul masih memiliki kendala dalam kegiatan promosi produk mereka. Berikut ini adalah hasil yang didapat dari kegiatan KKN-T dalam mendampingi pelaku UMKM.

1. Hasil yang Dicapai

Beberapa hasil yang dicapai dalam kegiatan “Sosialisasi dan Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Blurukidul Melalui Aplikasi Shopee” yang dilakukan oleh peserta KKN Tematik Bela Negara SDG’s kelompok 7 UPN “Veteran” Jawa Timur dituangkan dalam laporan kegiatan berikut:

1. Melakukan koordinasi dengan bendahara pengurus UMKM pada hari Sabtu, 10 Agustus 2024 untuk membahas mengenai teknis kegiatan dimulai dari pemberian materi sampai dengan pendampingan pelatihan, jadwal kegiatan, jumlah peserta sosialisasi dan pelatihan, lokasi kegiatan, dan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi sebagai peserta kegiatan. Lalu terdapat kesepakatan yang disepakati oleh kedua belah pihak yaitu pada hari Rabu, 14 Agustus 2024 pukul 09.00 - 11.00 WIB. Selain itu ditentukan jumlah peserta telah disepakati kedua belah pihak yaitu sebanyak 20 pelaku UMKM dan satu pengurus UMKM serta satu pegawai pemerintahan desa.



Gambar 1.

Diskusi Awal Teknis Kegiatan dengan Pengurus UMKM

2. Persiapan penyuluhan dilakukan pada tanggal 10 Agustus - 13 Agustus 2024. Dalam melakukan persiapan peserta KKNT menyiapkan materi yang akan disiapkan, teknis pendampingan, kesiapan lokasi kegiatan, konsumsi, PPT materi, serta hardfile modul yang diberikan untuk pengurus UMKM sebagai tanda keberhasilan kegiatan.
3. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada tanggal 14 Agustus 2024 pukul 09.00 WIB di balai desa Blurukidul dimulai dengan sambutan pegawai pemerintahan desa Blurukidul dan ketua KKNT UPN “Veteran” Jawa Timur. Lalu pemberian materi mengenai digitalisasi pemasaran, penjelasan mengenai aplikasi shopee, tips cara berjualan yang dilakukan kurang lebih 30 menit, sisa sesuai jadwal dilakukan pendampingan secara intensif dengan pemberian materi tutorial mengenai cara pembuatan akun shopee seller, dan mengupload produk UMKM pada

aplikasi Shopee. Terakhir pemberian modul sebagai syarat atas kegiatan yang dilakukan dan digunakan sebagai pedoman untuk para pelaku UMKM lainnya.



Gambar 2.

Pemberian Sambutan Oleh Pegawai Pemerintahan Desa dan Ketua KKNT UPN “Veteran” Jawa Timur



Gambar 3.

Pemberian Materi Mengenai Digitalisasi Pemasaran



Gambar 4.

Pendampingan Secara Intensif dengan Pelaku UMKM



Gambar 5.

Penyerahan Modul Digitalisasi Pemasaran

4. Kegiatan terakhir ditutup dengan sesi foto bersama dengan ucapan terima kasih dari pihak tim penyelenggara dan peserta kegiatan dengan harapan agar adanya digitalisasi UMKM ini luas pemasaran UMKM semakin luas dan meningkatnya keuntungan yang diperoleh oleh pelaku UMKM.



Gambar 6.

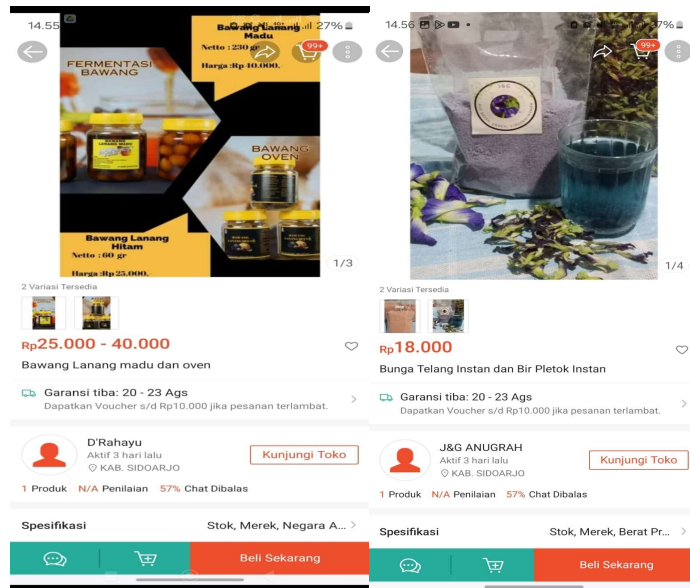
Sesi Foto Bersama Tim Penyelenggara dengan Pelaku UMKM

2. Solusi dan Luaran yang Dicapai

Terdapat beberapa solusi dari permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM dengan melakukan kegiatan berupa sosialisasi dan pelatihan yaitu:

1. Pemberian pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran agar ruang lingkup pemasaran semakin meluas dan apa saja yang harus dilakukan untuk melakukan digitalisasi pemasaran menggunakan salah satu aplikasi e-commerce yaitu shopee. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan para pelaku UMKM memahami digitalisasi UMKM dan bagaimana cara menerapkannya pada usaha yang dijalankan untuk mengatasi permasalahan yang dialami yaitu tidak pahamnya dan kurang update mengenai digitalisasi pemasaran serta bagaimana cara menerapkannya pada usahanya.
2. Pemberian tutorial mengenai pembuatan akun shopee seller dan penguploadan produk pada akun shopee pribadi pelaku UMKM. Kami mengharapkan dengan

adanya tutorial ini dapat membuka peluang baru bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya. Karena keterbatasan waktu kami tidak bisa menjelaskan secara rinci mengenai apa saja fitur yang ada pada aplikasi Shopee seller, maka dari itu kami mengharapkan agar pelaku UMKM dapat mempelajari sendiri fitur-fitur tersebut.



Gambar 7.

Hasil dari Pembuatan Akun Shopee Seller dan Upload Produk Penjualan

KESIMPULAN

Sosialisasi dan pelatihan digital marketing melalui Shopee telah memberikan dampak positif bagi UMKM yang terlibat. Melalui sosialisasi dan pelatihan yang diberikan, pelaku UMKM menjadi lebih memahami cara memanfaatkan platform e-commerce Shopee untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Para pelaku UMKM menunjukkan peningkatan dalam keterampilan digital, serta peningkatan dalam penggunaan Shopee Seller dan upload produk. Namun, masih terdapat tantangan, seperti keterbatasan pengetahuan teknologi dan adaptasi terhadap perubahan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan dan pelatihan lanjutan untuk memastikan UMKM dapat memanfaatkan platform secara optimal dan berkelanjutan.

Dari kegiatan pengabdian ini, perlu diadakan pelatihan yang lebih mendalam dan berkelanjutan mengenai penggunaan Shopee Seller, mencakup fitur-fitur promosi dan strategi pemasaran. Selain itu, mengumpulkan umpan balik dari pelaku UMKM untuk menilai efektivitas sosialisasi dan pelatihan guna melakukan perbaikan yang diperlukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh Tim KKN Tematik Bela Negara Kelompok 7 Gelombang 2 UPN "Veteran" Jawa Timur yang telah bekerja keras untuk menyukseskan program kerja ini. Dedikasi dan kerja keras kalian semua merupakan kunci keberhasilan dari kegiatan ini. Terima kasih kepada pengurus UMKM Bluru Bangkit Sidoarjo atas kerja sama dalam mendukung dan membantu dalam memberikan informasi dan arahan serta mengkoordinasikan para pelaku UMKM di Desa Blurukidul untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan. Terima kasih kepada para pelaku UMKM di Desa Blurukidul yang telah berpartisipasi dengan antusias dan

mengikuti arahan dengan baik dalam pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan digitalisasi pemasaran produk melalui aplikasi Shopee. Diharapkan kerjasama ini dapat terus berlanjut di masa depan untuk mendukung UMKM Bluru Bangkit Sidoarjo agar lebih baik dan maju dalam memanfaatkan teknologi dan memperluas pasar mereka. Sekali lagi, terima kasih atas semua dukungan yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92.
- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448.
- Ghozali, M. Al, & Hakim, A. K. (2023). Pengoptimalan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Sumberagung melalui Platform Shopee. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 19–23.
- Irianto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, S., & Hardiyanti, F. Y. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengkluk. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60.
- Mardiana, N., Azwar, A. G., Nurhayati, L., Nurwathi, N., Wijaya, W., Munandar, A., Nasrudin, I., Kusumastuti, D., & Nurbani, S. N. (2022). Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi Umkm Desa. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 3(1), 1.
- Suparjiman, Iis Dewi Fitriani, Adi Pratama, Ahmad Nabil Quthb, Fakhri Fadhlurrahman, Iwan, F. S. D., Raden Achmad Muhammad Hisyam, Rani, Raquita Dibba, Santi Tria Mustika, Shintia Ledgeriana Hidyana, & Ziyana Dini Hunafa. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 391–398.
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121–126.