
Pelatihan Pelaku Usaha Dalam Memanfaatkan *Platform* Shopee Untuk Pengembangan Produk Dan Peningkatan Jangkauan Pasar

Mohamad Nasirudin^{1*}, Siti Nur Qomariyah², Yessita Puspaningrum³, Adinda Tiara Choirunnisa⁴, Maratus Sholihah⁵, Mohamad Sahrul Putra Soleh⁶, Rihlatil Hajjah⁷, Syaviratul Mughoyaroh⁸, Viona Ananda⁹

^{1*}Agroekoteknologi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

²Agribisnis, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

³Teknologi Hasil Pertanian, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

^{4,5,6,7,9}Manajemen, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

⁸Ekonomi Syariah, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: nasirudinmohamad@unwaha.ac.id

ABSTRACT

Training for businesspeople in utilizing the Shopee platform aims to provide a deeper understanding and practical skills in managing business effectively in the digital era. This training is comprehensively designed, covering various important aspects needed to be successful on the platform. Starting from basic guides such as how to register and create an online shop, to effective digital marketing strategies, as well as product listing optimization techniques so that they appear more attractive and can compete in an increasingly competitive market. Apart from that, the training also focuses on sales data analysis, where participants are taught how to read and analyze data in depth. This understanding allows business actors to identify consumer purchasing patterns, so they can develop more accurate and targeted business strategies. Through an interactive learning approach and the use of real case studies, participants can learn from direct experience and apply their knowledge more practically in their own business context. The results of this training include the publication of a guidebook "Digital Marketing Tips and Tricks via the Shopee Platform," which can be an important reference for participants in designing their digital marketing strategies. With this new capability, business actors are expected to be able to increase product competitiveness, expand sales reach, and make a real contribution to local economic growth using digital technology which is increasingly developing in the era of globalization.

Keywords: Business Actors; Shopee; Training; UMKM.

ABSTRAK

Pelatihan bagi para pelaku usaha dalam memanfaatkan platform Shopee bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam serta keterampilan praktis dalam mengelola bisnis secara efektif di era digital. Seiring dengan perkembangan pesat teknologi dan e-commerce, Shopee telah menjadi salah satu platform pilihan utama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memperluas pangsa pasar dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Pelatihan ini dirancang secara komprehensif, mencakup berbagai aspek penting yang dibutuhkan untuk sukses di platform tersebut. Mulai dari panduan dasar seperti cara mendaftar dan membuat toko online, hingga strategi pemasaran digital yang efektif, serta teknik optimasi listing produk agar tampil lebih menarik dan dapat bersaing di tengah pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, pelatihan juga menitikberatkan pada analisis data penjualan, di mana para peserta diajarkan cara membaca dan menganalisis data secara mendalam. Pemahaman ini memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi pola pembelian konsumen, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi bisnis yang lebih akurat dan tepat sasaran. Melalui pendekatan pembelajaran yang interaktif dan penggunaan studi kasus nyata, peserta dapat belajar dari pengalaman langsung serta menerapkan pengetahuan mereka secara lebih praktis dalam konteks bisnis mereka sendiri. Hasil dari pelatihan ini mencakup penerbitan buku panduan "Tips dan Trick Digital Marketing Melalui Platform Shopee," yang dapat menjadi referensi penting bagi peserta dalam merancang strategi pemasaran digital mereka. Dengan kemampuan baru ini, para pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk, memperluas

jangkauan penjualan, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui pemanfaatan teknologi digital yang semakin berkembang di era globalisasi.

Kata Kunci: *Pelatihan, Pelaku Usaha, Shopee,UMKM.*

PENDAHULUAN

Setiap desa pasti memiliki masalah, terutama dalam perekonomian. Seperti yang terjadi di desa Mojodanu yang terletak di Kecamatan Ngusikan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, memiliki potensi ekonomi yang besar. Desa ini terkenal dengan produk pertaniannya, seperti padi, jagung, dan lain-lain. Selain itu, di Desa Mojodanu juga memiliki beberapa UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang dimana peningkatan jangkauan pasarnya belum optimal. Oleh karena itu dalam hal ini untuk mengatasi permasalahan mengenai peningkatan jangkauan pasar dan meminimalisir biaya pemasaran dalam UMKM maka akan diadakan pelatihan dan pembelajaran mengenai digital marketing atau banyak yang menyebutnya dengan istilah *online marketing* (Sawhani, 2021) melalui Platform Shopee. Shopee adalah *e-Commerce* yang paling populer digunakan oleh pelaku usaha karena memiliki tampilan web yang menarik dan mudah dipahami oleh publik, menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh *e-Commerce*. Penjual online di Indonesia menggunakan Shopee, wadah penjualan online yang sangat populer. Saat ini, UMKM menggunakan Shopee karena mendapatkan kepercayaan dari *e-Commerce*, yang berarti mereka dapat melakukan transaksi dengan mudah.

Solusi yang bisa diperoleh akan membantu masyarakat khususnya UMKM di Desa Mojodanu mengembangkan segmen pasar baik *online* dalam mempermudah penjualan. Strategi pemasaran juga bisa menggunakan konten yang melibatkan pembuatan konten yang relevan dan baik berupa konten informatif maupun konten persuasif yang menarik bagi *audience target* atau *customer* (Yunita et al., 2021). Yang mana semua solusi dari permasalahan yang ada akan tertuang dalam suatu buku yang berjudul "*Tips and trik digital marketing melalui platform Shopee*" yang dapat dipahami dan diterapkan oleh masyarakat khususnya UMKM Desa Mojodanu agar dapat mengoptimalkan penjualan produk dan meningkatkan jangkauan pasar digital.

Dari sini peneliti mengambil solusi dengan adanya pelatihan digital marketing kepada pelaku UMKM guna meningkatkan jangkauan pasar, meminimalisir biaya pemasaran dan inovasi produk. Agar dapat memaksimalkan keuntungan dari penjualan yang diperoleh. Pada pelatihan ini peneliti menggunakan alat bantu dalam pelatihan yaitu dengan menerapkan buku panduan yang berisi tentang tips dan trik dalam pemahaman strategi digital marketing yang menggunakan Shopee *marketplace*, dan pendampingan selama pelatihan untuk mengimplementasikan strategi digital marketing Shopee *marketplace* untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di desa Mojodanu ini.

Target luaran yang dihasilkan pada kegiatan ini para pelaku UMKM di desa Mojodanu Kecamatan Ngusikan Kabupaten Jombang diharapkan sudah siap untuk mengimplementasikan strategi pemasaran produk secara digital melalui platform Shopee. Agar produk yang dijual mendapatkan keuntungan maksimal. Pelatihan ini diharapkan bisa memotivasi dan memudahkan pelaku UMKM dalam proses memasarkan produknya.

METODE

Metode Pendekatan yang dilakukan pada pengabdian masyarakat di desa Mojodanu ini adalah dengan menggunakan metode *Service Learning* (SL). *Service Learning* merupakan pendekatan pembelajaran yang efektif dalam mengintegrasikan teori dan praktik, mengembangkan kompetensi mahasiswa, dan memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat (Nusanti, 2014). Salah satunya dengan menerapkan metode pemaparan, pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat setempat sehingga secara tidak langsung para pelaku UMKM di Desa Mojodanu dapat menangkap materi dengan baik. Khalayak sasaran kegiatan pelatihan ini dengan menerapkan buku panduan tentang tips & trik dalam pemahaman strategi digital marketing yang menggunakan Shopee *marketplace* untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di Desa Mojodanu. Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Desa Mojodanu. Jenis mitra dalam PKM (Pelatihan Kegiatan Masyarakat) ini adalah kelompok masyarakat yaitu para pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

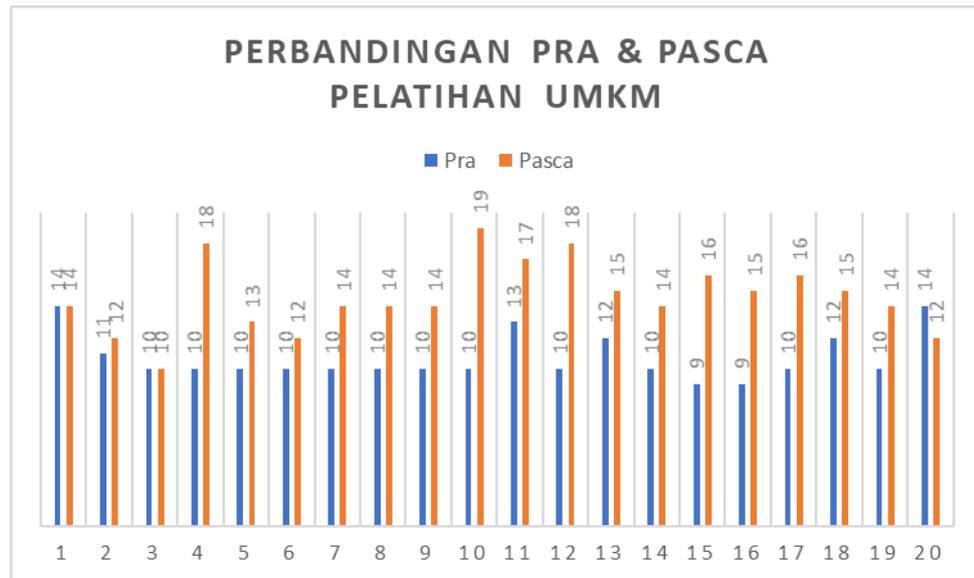
Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat pada skema LPPM ini didukung oleh beberapa pihak pemerintah Desa Mojodanu melalui perangkat desa. Kegiatan ini akan mencapai keberhasilan dan kelancaran karena adanya kerja sama dengan pihak Kepala Desa yang ada di Desa Mojodanu dan para pelaku UMKM. Pelaksanaan ini bersifat pembelajaran dan pelatihan di mana panitia pelaksanaannya adalah mahasiswa KKN Universitas KH. A. Wahab Hasbullah dan Mitra secara bersama-sama bersama perangkat desa dan para pelaku UMKM yang terlibat dalam kegiatan pembelajaran dan pelatihan. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 6 Agustus 2024. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan sekali pertemuan. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di Balai Desa Mojodanu Jombang.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku usaha terhadap strategi digital marketing melalui platform Shopee. Kegiatan ini di dukung oleh beberapa pihak salah satunya dari lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah dan di dukung dari hasil angket pra dan pasca pelatihan digital marketing, selain itu pelatihan ini juga bekerja sama dengan pihak UMKM di desa Mojodanu, kecamatan Ngusikan. Pada pelatihan ini, dimulai dengan memberikan materi yang berkaitan dengan digital marketing, kemudian dilanjutkan dengan praktek kepada peserta dan tanya jawab (Kemalasari & Muharsih, n.d.). Pada sesi praktek, peserta mencoba membuat akun Shopee

Pelaksanaan kegiatan pelatihan tips & trik digital marketing melalui platform shopee di desa Mojodanu. Kegiatan ini di dukung oleh teman-teman mahasiswa KKN Kelompok 4 dan para pelaku UMKM serta Ibu Lurah di desa Mojodanu. Pelatihan ini menggunakan buku panduan yang diciptakan oleh mahasiswa kelompok 4 desa Mojodanu yang berjudul “Tips & Trik digital marketing melalui platform shopee”. Kegiatan ini akan mencapai keberhasilan dan kelancaran karena adanya kerja sama dengan pihak desa Mojodanu dan para pelaku UMKM. Pelaksanaan ini bersifat pelatihan dan pembelajaran dimana pelaksana kegiatannya adalah mahasiswa KKN kelompok 4 desa Mojodanu bersama para pelaku UMKM yang terlibat dalam kegiatan pelatihan dan pembelajaran. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 06 Agustus 2024. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pembelajaran sekali pertemuan. Tempat pelaksanaan Kegiatan ini dilakukan di Balai Desa Mojodanu Kecamatan Ngusikan Kabupaten Jombang.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Tips & Trik Digital Marketing Melalui Platform Shopee



Gambar 2. Diagram Nilai Hasil Pra & Pasca Pelatihan UMKM

Familiaritas para pelaku usaha DI Desa Mojodanu minim dalam memahami tentang digital marketing, UMKM di desa Mojodanu juga tidak familiar dalam menggunakan website, *platom*, dan tidak pernah mengikuti pelatihan yang berisi tentang digital marketing sebelumnya. Namun UMKM yang berada di desa Mojodanu memiliki perangkat yang dapat mendukung dalam menerapkan digital marketing, seperti *handphone* atau *smartphone*. Untuk harapan utama bagi UMKM di desa Mojodanu dapat memahami *tips* dan *trick digital marketing* agar bisa diterapkan dalam pengembangan pasar dan meminimalisir biaya pemasaran UMKM. Karena semakin ketatnya era ekonomi digital dengan berkembangnya teknologi digital informasi, persaingan usaha seharusnya mampu memotivasi pelaku usaha. Dengan mengetahui dan memahami strategi digital marketing, pelaku usaha diharapkan tetap memperhatikan ekonomi kreatif terhadap fenomena yang ada. Pelaku usaha harus memanfaatkan peluang teknologi informasi yang semakin berkembang untuk meningkatkan perekonomian. Bisnis *e-Commerce* ini adalah contoh perkembangan teknologi di era digitalisasi marketing, di mana konsumen sekarang dapat berbelanja secara online tanpa harus melakukan penjualan secara langsung hanya dengan menggunakan perangkat elektronik. Dengan pembuatan akun Shopee ini, konsumen dapat lebih mudah melakukan transaksi jual-beli, dan pelaku UMKM akan lebih mudah memasarkan produk mereka karena jangkauan wilayahnya yang luas dapat mencakup seluruh Indonesia. (Imtihani & Laily Nisa, 2023).

Dalam hasil diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian peserta pelatihan merasa puas dengan pemaparan materi *tips and trick digital marketing* yang telah disampaikan oleh pemateri, dan memberikan pernyataan bahwa materi relevan, namun ada kebutuhan-kebutuhan untuk peningkatan tertentu. Serta peserta pelatihan merasa puas dengan kualitas materi yang disampaikan, kualitas penyampaian yang cukup jelas dari pemateri, dan mampu menerapkan digital marketing dalam UMKM guna meningkatkan penjualan pasar. Karena mereka berdampak positif pada perindustrian perekonomian masyarakat, peran usaha UMKM sebagai pelaku usaha diperlukan untuk meningkatkan perekonomian UMKM. Semakin banyak usaha yang ada, semakin banyak lapangan pekerjaan yang tercipta karena angka pengangguran yang tinggi. Peran UMKM sangat penting untuk mempertahankan perekonomian nasional dan sangat bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan masyarakat (Budiwitjaksono et al., 2023).

Dilihat dari hasil kuesioner pra & pasca pelatihan dari hasil pelatihan tips & trik digital marketing melalui platform Shopee untuk para pelaku usaha di desa Mojodanu beserta praktiknya dengan baik dan benar memberikan nilai yang positif pada hasil kuesioner. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa pelatihan digital marketing yang dilaksanakan berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang konsep-konsep dasar digital marketing. Hal ini terlihat dari peningkatan signifikan pada total skor pasca yang lebih tinggi daripada pra yang menunjukkan bahwa pengetahuan peserta meningkat setelah mengikuti pelatihan. Sehingga pelatihan digital marketing dapat diterapkan kepada para pelaku usaha di desa Mojodanu untuk meningkatkan peluang keuntungan dalam penjualan dan perluasan jangkauan pasar.

SIMPULAN

Target luaran yang dihasilkan dalam kegiatan ini adalah strategi pemasaran produk secara digital melalui platform Shopee, yang membantu dalam memasarkan produk agar lebih menarik dan diminati pelanggan. Sasaran pelatihan ini adalah untuk mengembangkan buku panduan yang berisi arahan dan panduan tentang cara menggunakan strategi digital marketing dengan Shopee *marketplace* untuk memecahkan masalah yang terjadi di Desa Mojodanu.

Hasil kuesioner pra pelatihan menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM di desa Mojodanu tidak terlalu familiar dengan konsep digital marketing. Mereka juga tidak tahu cara menggunakan website, platform, dan tidak pernah mengikuti pelatihan tentang digital marketing. Namun, UMKM di desa Mojodanu memiliki perangkat yang dapat membantu menerapkan digital marketing, seperti ponsel atau *smartphone*.

Hasil dari kuesioner pasca pelatihan menunjukkan bahwa sebagian peserta pelatihan merasa puas dengan materi tentang tips dan trik digital marketing yang disampaikan oleh pemateri, dan mengatakan bahwa materi itu relevan, tetapi ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Selain itu, peserta pelatihan merasa puas dengan kualitas materi yang disampaikan, dan pemateri menyampaikan materi dengan cukup jelas. Mereka juga merasa mampu menerapkan digital marketing dalam UMKM untuk mencapai tujuan yang lebih besar.

DAFTAR RUJUKAN

- Budiwitjaksono, G. S., Uyun, N., Azzahra, S., Wijaya, A. O., Imtihani, E., Rosita, K. R., & Maulana, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Jasa dalam Upaya Mendukung Peningkatan Perekonomian pada UMKM Pemancingan Kelapa Gading Rembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(3), 43–52. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i1>
- Imtihani, E., & Laily Nisa, F. (2023). Penerapan Akun E-Commerce Shopee dalam Strategi Digital Marketing pada UMKM Rempeyek Bunda Rahayu. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 370–380. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10114648>
- Kemalasari, D., & Muharsih, L. (n.d.). *IMPLEMENTASI PENGGUNAAN MARKETPLACE DALAM DIGITAL MARKETING PADA UMKM DESA SUKAMEKAR*. 2(2).
- Nusanti, I. (2014). Strategi Service Learning Sebuah Kajian Untuk Mengembangkan Kegiatan Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 20(2).
- Sawlani, D. (2021). *Digital Marketing: Brand Images* (Lutfiah, Ed.; 1st ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>