

SOSIALISASI PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE UNTUK PENJUALAN PRODUK BAGI WARGA DESA KETAPANG LOR KECAMATAN UJUNG PANGKAH KABUPATEN GRESIK

Fira Fatikhatul Ni'mah¹, Sasak Pamuji Santoso², Ainul Faradisa³, Diah Ratnasari^{4*}

^{1,2,3}Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik

⁴Dosen Program Studi D3 Farmasi, Fakultas Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik

*Email: diahratnasari@umg.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan perdagangan. Kegiatan ini berupa sosialisasi dan pelatihan penggunaan platform Shopee bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Ketapang Lor, Kecamatan Ujung Pangkah, Kabupaten Gresik. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat mengenai cara penggunaan Shopee sebagai sarana penjualan online. Sosialisasi ini diikuti oleh 20 peserta, dimana hasil survei menunjukkan bahwa 90% peserta lebih memahami cara membuat toko di Shopee, 85% mampu mengunggah produk dengan deskripsi dan harga yang sesuai, serta 80% menyadari pentingnya fitur pemasaran dalam meningkatkan visibilitas produk mereka. Melalui pelatihan ini, peserta diajarkan cara mendaftar, membuka toko, mengunggah produk, serta menerapkan strategi pemasaran digital. Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan UMKM di Desa Ketapang Lor dapat lebih siap menghadapi era digital dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal.

Kata Kunci: E-commerce, Shopee, UMKM, Digitalisasi, Pelatihan

ABSTRACT

The development of digital technology has significantly transformed various aspects of life, including business and trade. This article discusses the socialization and training on the use of the Shopee platform for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Ketapang Lor Village, Ujung Pangkah District, Gresik Regency. The activity aims to enhance the community's understanding of how to utilize Shopee as an online sales platform. This socialization involved 20 participants, with survey results indicating that 90% of participants better understood how to create a store on Shopee, 85% were able to upload products with appropriate descriptions and prices, and 80% recognized the importance of marketing features in enhancing product visibility. Through this training, participants were taught how to register, open a store, upload products, and implement digital marketing strategies. With this socialization, it is hoped that MSMEs in Ketapang Lor Village can be better prepared to face the digital era and improve local economic welfare.

Keywords: E-commerce, Shopee, UMKM, Digitalization, Training

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan perdagangan. Salah satu perubahan yang paling signifikan adalah munculnya e-commerce, yaitu aktivitas jual beli yang dilakukan secara daring melalui platform digital. Di Indonesia, e-commerce telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan perangkat seluler (CNN Indonesia, 2024). Salah satu platform e-commerce yang paling populer di Indonesia adalah Shopee. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang tidak hanya menguntungkan pembeli tetapi juga memberikan kemudahan bagi para penjual dalam mengelola bisnis mereka secara online. Dengan fitur-fitur seperti Shopee Live, Flash Sale, Gratis Ongkir, serta berbagai program promosi lainnya, Shopee menjadi pilihan utama bagi pelaku usaha yang ingin menjangkau pasar yang lebih luas (Media Antartika, 2024). Selain itu, Shopee juga menyediakan sistem pembayaran yang aman serta dukungan logistik yang terintegrasi, sehingga memudahkan para penjual dalam mendistribusikan produk mereka ke berbagai wilayah di Indonesia (SoftwareSeni, 2024).

Potensi besar e-commerce ini harus dimanfaatkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama yang berada di daerah pedesaan. Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM adalah Desa Ketapang Lor, Kecamatan Ujung Pangkah, Kabupaten Gresik. Desa ini memiliki berbagai produk unggulan yang berpotensi untuk dipasarkan secara lebih luas melalui platform e-commerce seperti Shopee. Namun, salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pelaku usaha di desa ini adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola toko online secara efektif (Sukaris et al., 2024). Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan sosialisasi dan pelatihan khusus yang dapat membantu masyarakat Desa Ketapang Lor memahami cara memanfaatkan Shopee sebagai platform penjualan online. Kegiatan ini ditujukan kepada ibu-ibu PKK, anggota Karang Taruna, serta pelaku UMKM lokal, dengan tujuan memberikan pemahaman mendalam mengenai berbagai aspek e-commerce (Widiharti et al., 2024).

Materi yang akan disampaikan dalam kegiatan ini mencakup cara mendaftar sebagai penjual di Shopee, mengelola toko online, menerapkan strategi pemasaran digital, serta tips untuk meningkatkan visibilitas produk agar lebih menarik bagi calon pembeli (Rahim et al., 2023). Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan masyarakat Desa Ketapang Lor dapat memanfaatkan Shopee sebagai sarana untuk mengembangkan usaha mereka, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal. Transformasi digital dalam sektor UMKM dapat menjadi langkah awal menuju pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan dan inklusif bagi masyarakat desa.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi langsung kepada masyarakat desa Ketapang Lor, khususnya ibu-ibu PKK dan Karang Taruna mengenai penggunaan aplikasi Shopee mulai dari pembuatan akun, membuka toko di Shopee dan memasukkan barang ke dalam toko. Peserta yang hadir saat sosialisasi sebanyak 35 orang yang terdiri dari jajaran perangkat desa, ibu-ibu PKK dan Karang Taruna. Materi yang disampaikan saat sosialisasi seperti pembuatan akun Shopee, memasukkan produk ke dalam toko yang sudah dibuat dan penambahan rekening ke toko untuk pencairan dana pembelian dari konsumen. Panduan

disampaikan secara detail langkah demi langkah agar mudah dipahami oleh peserta dengan menggunakan media gambar. Media penyampaian dilakukan dengan presentasi power point.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi mengenai e-commerce dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya platform digital dalam memasarkan produk UMKM. Sosialisasi ini diikuti oleh ibu-ibu PKK, anggota Karang Taruna, serta pelaku UMKM lokal di Desa Ketapang Lor. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan e-commerce, pendaftaran akun shopee, pembuatan toko, memasukkan produk ke dalam toko, dan penambahan rekening bank.

Dalam sesi sosialisasi, peserta diberikan wawasan tentang fitur-fitur utama Shopee, seperti Shopee Live, Gratis Ongkir, Flash Sale. Selain itu, peserta juga mendapatkan informasi mengenai sistem pembayaran dan dukungan logistik yang disediakan oleh Shopee untuk memudahkan transaksi jual beli secara online.

Dalam kegiatan ini, peserta yang hadir sekitar 20 peserta. Kegiatan ini dimulai pukul 19.00 WIB sampai 22.00 WIB. Saat ini penggunaan teknologi sudah sangat pesat namun kurang berjalan pada pelaku UMKM di Desa Ketapang Lor. Kurangnya pengalaman dalam penggunaan platform E-commerce menjadi kendala utama dalam pemasaran produk mereka secara digital. Oleh karena itu, tim program studi Teknik informatika memberikan pemaparan mengenai penggunaan shopee sebagai Solusi digital bagi UMKM. Sebelum sosialisasi, dilakukan survey awal untuk mengetahui pemahaman peserta mengenai E-commerce:



Gambar 1. Hasil Survey Awal

Hasil survey diperoleh:

- 10 % Peserta sudah pernah menggunakan shopee untuk berjualan
- 70 % Peserta sudah mengetahui tentang shopee tetapi belum pernah mencoba
- 15 % Peserta tidak memiliki pengalaman dalam penggunaan E-Commerce
- 5 % Peserta sudah mengetahui cara menambahkan rekening bank ke shopee

Sosialisasi ini dimulai dengan memperkenalkan Shopee sebagai platform e-commerce yang dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas. Peserta yang awalnya belum pernah menggunakan Shopee diberikan bimbingan mengenai cara mengunduh aplikasi, melakukan pendaftaran akun, serta memahami berbagai fitur yang tersedia dalam platform tersebut. Dengan adanya permasalahan tersebut, tim program studi teknik informatika memberikan sosialisasi melalui pemaparan menggunakan media pembelajaran PPT (Microsoft PowerPoint). Pemateri pertama menjelaskan mengenai apa itu Shopee, cara membuat akun shopee serta membuka toko di shopee. Pemateri kedua melanjutkan dengan menjelaskan tentang memasukkan barang ke dalam toko. Pemateri ketiga melanjutkan dengan menjelaskan tentang penambahan rekening bank.



Gambar 2. Penyampaian Sosialisasi

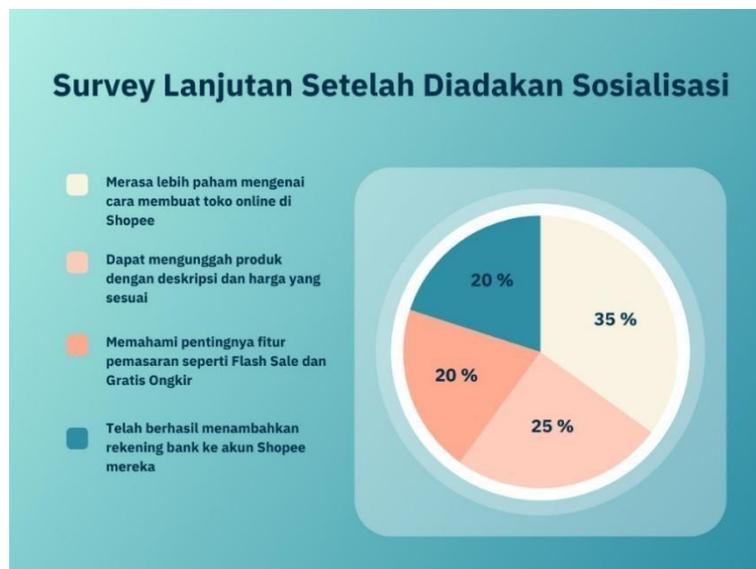
Sosialisasi ini membahas langkah-langkah dasar dalam menggunakan aplikasi shopee, antara lain:

- Membuat akun shopee: Peserta diberikan panduan mengenai cara mengunduh aplikasi Shopee, melakukan pendaftaran dengan nomor telepon, email, atau akun media sosial, serta proses verifikasi akun melalui kode OTP.
- Membuka toko di shopee: Peserta diperkenalkan dengan cara mendaftarkan toko melalui menu "Saya" dan memilih opsi "Mulai Jual." Langkah-langkah verifikasi data diri juga dijelaskan, termasuk pengunggahan KTP dan verifikasi wajah.
- Mengisi informasi toko: Peserta mendapatkan panduan dalam mengisi nama toko, alamat toko, jasa pengiriman, serta informasi kontak yang diperlukan untuk menjalankan toko online dengan optimal.
- Menambahkan produk ke dalam toko: Dijelaskan bagaimana cara mengunggah foto produk, menambahkan deskripsi, menentukan harga, serta memilih metode pengiriman yang sesuai.
- Menambahkan rekening bank: Langkah-langkah penambahan rekening bank untuk menerima pembayaran dari Shopee juga disosialisasikan, mulai dari masuk ke menu "Pengaturan," memilih "Kartu/Rekening Bank," hingga proses verifikasi melalui SMS.



Gambar 3. Cara Mengisi Informasi Toko

Setelah sosialisasi, dilakukan survey lanjutan:



Gambar 4. Hasil Survey Lanjutan

Hasil suvey lanjutan diperoleh:

- 35 % Peserta merasa lebih paham mengenai cara membuat toko online di Shopee
- 25 % Peserta dapat mengunggah produk dengan deskripsi dan harga yang sesuai
- 20 % Peserta memahami pentingnya fitur pemasaran seperti Flash Sale dan Gratis Ongkir
- 20 % Peserta telah berhasil menambahkan rekening bank ke akun Shopee mereka

Mereka mulai mengerti bagaimana cara mengunggah produk dengan deskripsi yang menarik, memilih kategori produk yang sesuai, serta mengatur harga dan metode pengiriman yang tersedia. Selain itu, peserta juga memahami pentingnya penggunaan fitur pemasaran

seperti Flash Sale untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Peserta yang sebelumnya belum memiliki pengetahuan mengenai e-commerce kini sudah memiliki pemahaman dasar tentang bagaimana cara berjualan di Shopee. Mereka juga mengetahui bagaimana cara mengelola toko online dengan lebih efektif, termasuk memahami sistem pembayaran dan logistik yang terintegrasi di Shopee. Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan UMKM di Desa Ketapang Lor dapat lebih siap menghadapi era digital dan mampu bersaing dalam pasar yang lebih luas.

PENUTUP

Kegiatan sosialisasi mengenai penggunaan aplikasi Shopee sebagai platform e-commerce bagi pelaku UMKM di Desa Ketapang Lor telah berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat terkait digitalisasi bisnis. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh wawasan dan keterampilan praktis dalam membuat akun, membuka toko, mengunggah produk, serta mengoptimalkan fitur pemasaran Shopee seperti Flash Sale dan Gratis Ongkir.

Hasil survei pasca-sosialisasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan dalam mengelola toko online mereka. Sebanyak 90% peserta lebih memahami cara membuat toko di Shopee, 85% mampu mengunggah produk dengan deskripsi dan harga yang sesuai, serta 80% menyadari pentingnya fitur pemasaran dalam meningkatkan visibilitas produk mereka.

Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Ketapang Lor dapat lebih siap menghadapi tantangan di era digital dan mampu memanfaatkan Shopee sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan serta pelatihan yang lebih mendalam terkait strategi pemasaran digital agar UMKM desa dapat semakin berkembang dan berdaya saing di pasar nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, T. E., E. H. Priyatna, dan L. R. Melati. 2022. "Persepsi Generasi Milenial terhadap Penggunaan Aplikasi Marketplace - Shopee." *Dynamic Management Journal* 6 (2): 69-71.
- Andriana, A. N., A. A. H., Z. Aisha, A. N. Kusuma, dan A. E. Maura. 2021. "Pelatihan Penggunaan Aplikasi Shopee untuk Meningkatkan Minat Berbisnis Secara Online." *Jurnal Masyarakat Mandiri* 5 (6): 3065–73.
- Arumsari, N. R., N. Lailiyah, dan T. Rahayu. 2022. "Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang." *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)* 11 (1): 92–101.
- CNN Indonesia. 2024. "Perkembangan E-Commerce di Indonesia dalam Era Digital." *CNN Indonesia*.
- Istiqomah, Anisah, Dewi Kartika, Occha Putrie Safira, dan Prasetyo Harisandi. 2024. "Pelatihan Pemasaran Digital Menggunakan E-commerce Shopee pada UMKM Majun Jaya di Kampung Pasir Pogor Kabupaten Bekasi." *Jurnal Abdimas Patikala* 4 (1): 1029–1035.

- Loo, P., B. Purba, A. Tulim, P. S. Tarigan, dan E. A. Pratiwi. 2023. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)* 9 (3): 749–55.
- Media Antartika. 2024. "Analisis pada Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia." *Media Antartika*.
- Prakarsa, G. 2019. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Marketplace Shopee." *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika* 1 (1): 1–11.
- Pradana, N. I., dan L. K. Dewi. 2022. "Efektivitas Penggunaan Shopee dalam Meningkatkan Omzet UMKM di Sektor Fashion." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital* 9 (2): 75–90.
- Purnama, F., A. Hidayat, dan R. Cahyono. 2023. "Dampak E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal: Studi Kasus UMKM di Gresik." *Jurnal Teknologi dan Inovasi Bisnis* 6 (1): 33–47.
- Putri, D., dan R. Santoso. 2022. "Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM di Indonesia." *Jurnal Digital Marketing Indonesia* 5 (2): 100–10.
- Putro, Bramantiyo Eko, Siti Nazilah, dan Fikri Miftah Ramadhan. 2023. "Pelatihan Pembuatan Toko Online melalui Aplikasi Shopee sebagai Solusi Pemasaran Digital di Desa Cikidangbayabang." *IKRAITH-ABDIMAS* 8 (1): 1–10.
- Rahim, A. R., Sukaris, S., Ernawati, E., Afiqoh, N. W., Ramadhan, A. M., & Humam, M. F. (2023). Mengenalkan Produk Umkm dan Pariwisata Desa Balikterus. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 5(2), 133. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v5i2.5674>.
- Ramadhani, A. F., dan S. Widodo. 2022. "Implementasi Strategi Digital Marketing pada UMKM melalui Platform Shopee." *Jurnal Bisnis Digital dan E-Commerce* 3 (2): 45–58.
- Saputra, I. 2023. "Pengaruh Media Sosial dalam Pemasaran Digital UMKM." *Jurnal Komunikasi Digital* 7 (1): 120–35.
- Setiawan, M. A. 2023. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Fitur Shopee sebagai Marketplace Pilihan di Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital* 7 (3): 145–59.
- SoftwareSeni. 2024. "Sistem Pembayaran dan Logistik dalam E-Commerce Shopee." *SoftwareSeni Blog*.
- Sukaris, Widiharti, Rahim, A. R., Pratama, A. D. E., Santoso, R. A., & Handayani, A. (2024). Membangun Web Dinamis dan Pengolahan Informasi untuk UMKM Kemuteran, Kabupaten Gresik. *DedikasiMU (Journal of Community Service)* ISSN: 6(2), 194–201.
- Sulistiyawati, E. S., dan A. Widayani. 2020. "Marketplace Shopee sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 4 (1): 133–42.
- Suryana, H., dan B. Rahayu. 2021. "Transformasi Digital UMKM melalui E-commerce." *Jurnal Inovasi Bisnis Digital* 3 (1): 50–65.
- Sari, R. P., dan T. W. Nugroho. 2023. "Peran Media Sosial dan Marketplace dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital." *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan Digital* 5 (1): 98–112.

- Widiharti, S., dan D. J. E. Sari. 2023. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Intensi Terhadap Pelaksanaan Discharge Planning Berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB)." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 14 (1).
- Wijayanti, N. W. E., N. W. S. Putri, I. G. P. E. Suryana, K. Suryati, K. S. Kartini, I. W. G. Wardika, dan E. D. Krisna. 2021. "Pelatihan Bisnis Online menggunakan Aplikasi Shopee." *Jurnal Masyarakat Mandiri* 5 (1): 206–15.
- Wibowo, P. S., dan M. A. Hidayat. 2023. "Analisis Efektivitas Marketplace dalam Meningkatkan Penjualan Produk Lokal." *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia* 8 (2): 55–70.
- Yustiani, R., dan R. Yunanto. 2017. "Peran Marketplace sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi." *Open Access Proceedings, Journal of Physics: Conference Series* 6 (2): 43–44.
- Kurniawan, A. 2022. "Dampak E-commerce terhadap Pertumbuhan UMKM di Pedesaan." *Jurnal Ekonomi Digital* 4 (3): 215–30.
- Prasetyo, M. Y. 2022. "Shopee sebagai Platform Utama UMKM: Keuntungan dan Tantangan." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital* 6 (1): 80–95.