

## PEMANFAATAN *SHOPEE* SEBAGAI *E-COMMERCE* UMKM ADAR SNACK

DEDE APRILLIA  
TEKNIK INFORMATIKA, FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
[If19.dedeaprillia@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:If19.dedeaprillia@mhs.ubpkarawang.ac.id)

### Abstrak

*E-commerce* atau Perdagangan elektronik adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Dalam kegiatan KKN ini mahasiswa diminta untuk melakukan inovasi dan digitalisasi UMKM menuju masyarakat mandiri. Masalah yang dihadapi dalam inovasi dan digitalisasi UMKM ini yaitu pengusaha UMKM yang masih belum memanfaatkan digitalisasi dalam penjualan UMKM. Maka dari itu kita terjun langsung kelapangan membantu para pengusaha UMKM untuk mempromosikan barang yang dijual melalui Aplikasi *Shopee*. Tujuan dari KKN ini yaitu membantu membuat akun aplikasi *Shopee* agar langsung dapat digunakan para pengusaha UMKM untuk memasarkan dan mempromosikan produk secara luas kepada masyarakat. Diharapkan dengan adanya pembuatan akun *Shopee* ini dapat meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian masyarakat di Desa Jomin Barat.

Kata kunci: *E-commerce*, UMKM, *Shopee*

### Pendahuluan

Desa Jomin Barat merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang. Desa ini memiliki luas 25,25 Ha, berbatasan langsung disebelah timur dengan Desa Jomin Timur, disebelah barat dengan Desa Sarimulya, disebelah selatan dengan Desa Cinangka Kabupaten Purwakarta, dan disebelah utara dengan Desa Pangulah Selatan. Jumlah penduduk di Desa Jomin Barat pada tahun 2022 adalah 12.056 jiwa. Desa Jomin Barat tidak memiliki banyak UMKM yang terkenal tetapi memiliki UMKM yang bisa dijual hingga keluar provinsi seperti pohon Jalitri. Desa Jomin Barat juga memiliki UMKM Rangginang yang bernama Adar Snack

Pada era globalisasi khususnya dengan adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (Economic Union) yang menjadikan Asia Tenggara menjadi suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat UMKM harus mampu mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran ekonomi global. Dalam hal ini, UMKM dituntut untuk mampu bersaing dan menciptakan produk yang dapat diterima, tidak hanya oleh konsumen dalam negeri (Indonesia) tetapi juga konsumen di Asia Tenggara ( et al., 2019)

Pandemi covid menyebabkan perubahan pola pembelian, yang awalnya dilakukan secara tatap muka kini mulai beralih pada pola jual beli secara online, yang akhirnya membuat persaingan yang ketat pada UMKM (Haryadi et al., 2021). Beberapa pelaku UMKM di Desa Jomin Barat masih menggunakan pola pemasaran tradisional belum berpola pada teknologi, yang menyebabkan tingkat penjualan semakin menurun terlebih lagi pada situasi pandemi yang memberikan dampak yang cukup signifikan pada UMKM. Untuk membantu permasalahan tersebut maka diperlukan sebuah akun *Shopee* guna dijadikan sebagai *Digital Marketing* di Desa Jomin Barat terutama UMKM Adar Snack. *Digital Marketing* membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi (Hardilawati, 2020). Akun *Shopee* ini diharapkan dapat membantu meningkatkan UMKM Adar Snack karena jangkauan pemasaran yang lebih luas dan mudah digunakan oleh pengguna sehingga dapat diakses oleh berbagai macam kalangan. Dari permasalahan dan latar belakang tersebut, kajian penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi pemasaran produk yang optimal dengan membuat Akun *Shopee* sebagai wadah untuk promosi terkait UMKM Adar Snack yang ada di Desa Jomin Barat. Dengan begitu, permasalahan pada UMKM yang sedang menurun dapat dibantu dalam upaya meningkatkan perkembangan UMKM menjadi lebih baik.

## Metode

Lokasi pengabdian dilaksanakan di Desa Jomin Barat. Adapun waktunya terhitung dari Tanggal 01 Juli – 31 Juli 2021. Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berada di Desa Jomin Barat merupakan objek untuk dikaji dengan mencari permasalahan yang ada. Selanjutnya, mengkaji permasalahan tersebut untuk menemukan solusi yang tepat sehingga dapat menjadi jawaban yang dapat bermanfaat bagi Pelaku UMKM. *Shopee* menjadi solusi pada permasalahan UMKM dapat menjadi harapan untuk perkembangan yang lebih baik dalam memasarkan dan mempromosikan Produk.

Strategi Pemasaran dari UMKM Adar Snack menjadi sebuah target dari pembuatan akun *Shopee*. Hal tersebut bertujuan untuk menjadi wadah dan penampung bagi unit usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam melakukan promosi dan pemasaran produk. Dengan begitu tingkat penjualan produk dari UMKM Adar Snack memungkinkan dapat meningkat dan pemasaran yang dilakukan mungkin bisa menjangkau lebih banyak pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan melalui Media *Shopee* yang dibangun. Prosedur Kajian Pada tahapan pengkajian, dilakukan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

Analisis dan Pengumpulan Data Tahapan ini bertujuan untuk menganalisis data yang menjadi kebutuhan, Data – data tersebut akan digunakan sebagai objek yang menjadi kajian yaitu UMKM Adar Snack. Tahapan ini juga menjadi tahapan pengumpulan Data – data sehingga dapat memahami dan memudahkan dalam mengkaji permasalahan yang ada di UMKM Adar Snack. Perancangan Akun *Shopee* ini bertujuan untuk membuat dan membangun wadah Promosi, Informasi dan Pemasaran Produk UMKM Adar Snack.

Analisis Data yang dilakukan sebagai bahan Kajian yaitu Data – data yang berkaitan dengan Unit UMKM Adar Snack. Adapun data – data yang menjadi kebutuhan yaitu nama UMKM, alamat UMKM, harga produk, deskripsi serta kontak pemesanan. Selanjutnya data – data tersebut akan digunakan lalu diproses oleh sistem yang hasilnya menjadi informasi yang bermanfaat pada halaman *Shopee* UMKM Adar Snack.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pembuatan Akun *Shopee* UMKM Adar Snack menjadi sebuah sarana pemasaran dan promosi penjualan produk UMKM Adar Snack. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi sebuah solusi dari permasalahan pada penurunan penjualan UMKM Adar Snack pada kondisi terdampak pandemic covid-19. Akun *Shopee* ini memudahkan pengguna dan memudahkan pemilik UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produknya kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Pengguna dapat memasarkan produknya dengan mengisi data-data terkait produk yang ingin dipasarkan. Setelah mengisi data-data tersebut produk UMKM akan muncul pada halaman Home, lalu setelah itu pengguna hanya tinggal menunggu pemesanan dari pembeli. Jika pelanggan tertarik pada produk tersebut maka pelanggan dapat memesan dengan memilih produk yang ingin dibeli, memasukkan kedalam keranjang, lalu melakukan transaksi pembelian. Adapun tampilan Akun *Shopee* UMKM Adar Snack sebagai berikut :



Gambar 1. Tampilan Toko Saya



Gambar 2. Tampilan Pesanan masuk



Gambar 3. Tampilan Penjualan Saya



Gambar 4. Tampilan Atur Pengiriman



Gambar 5. Tampilan Rincian Antar ke Counter

### Kesimpulan dan Rekomendasi

Pembuatan Akun Shopee dapat menjadi salah satu alternatif solusi dari permasalahan UMKM Adar Snack. Pemanfaatan Shopee bertujuan untuk mempercepat pengembangan bisnis UMKM Adar Snack, sehingga pemasaran dapat terjangkau lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan produk. Dengan memanfaatkan teknologi yang semakin maju dan perilaku masyarakat yang mulai beralih menggunakan teknologi, pembuatan akun Shopee ini merupakan strategi yang tepat dalam memasarkan dan mempromosikan produk UMKM karena memiliki berbagai program promo seperti gratis ongkos kirim (ongkir), cashback, sampai diskon yang digelar *Shopee* terbukti memberi UMKM beragam manfaat dalam menjalankan usahanya, utamanya peningkatan penjualan.

Untuk mengatasi permasalahan UMKM Adar Snack dibutuhkan peran teknologi seperti Shopee dalam proses pemasaran dan penjualan produk UMKM. Dalam segi penjualan pun mulai beralih pada penjualan secara online, maka agar program berjalan dengan lancar dibutuhkan pengenalan teknologi digital marketing pada pelaku UMKM yang masih melakukan transaksi penjualan secara tradisional.

### Daftar Pustaka

Hardilawati, W. Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.

Sarfiah, S. Atmaja. H. & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.

Sudaryanto, Ragimun. (2011). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. Yogyakarta: Kedaulatan Rakyat.

Priambada, A. (2015). Shopee Ramaikan Mobile Marketplace Indonesia.

Nugroho, Eko. Fauyhi. (2016). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Studi Kasus Tokoku. *Jurnal Teknik Industri, Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 7(2), 12-16

Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri*, 1(1)