



## Penerapan Akun *E-Commerce* Shopee dalam Strategi *Digital Marketing* pada UMKM Rempeyek Bunda Rahayu

Evi Imtihani<sup>1</sup>, Marseto<sup>2</sup>, Fauzatul Laily Nisa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

### Abstract

Received: 23 Oktober 2023  
Revised: 30 Oktober 2023  
Accepted: 06 November 2023

*Perkembangan zaman melalui era teknologi digital memang sudah merambah ke berbagai kalangan anak-anak, remaja, dewasa, hingga usia lanjut masih dapat menikmati serta termotivasi untuk tetap mengikuti perkembangan teknologi yang ada, termasuk bidang sosial media maupun e-commerce yang pastinya tidak terlepas dari jaringan internet. Media promosi yang menggunakan media dengan teknologi internet atau yang biasa disebut ialah e-commerce yang merupakan sebuah aplikasi dengan manfaat dapat melakukan aktivitas kegiatan jual-beli antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara online menggunakan teknologi internet. e-commerce yang biasanya banyak digunakan oleh pelaku usaha ialah Shopee. Tampilan website yang menarik dan mudah dimengerti masyarakat awam menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan oleh e-commerce. Saat ini pelaku UMKM mulai menyadari bahwa masyarakat lebih tertarik untuk belanja online, karena tidak perlu pergi ke tempat belanja untuk mendapatkan barang yang diinginkan dikarenakan para konsumen juga mengikuti perkembangan teknologi digital, sehingga produk yang ditawarkan pada e-commerce tidak kalah saing.*

### Kata Kunci:

*Shopee, UMKM, Digital Marketing*

(\*) Corresponding Author:

[20011010047@student.upnjatim.ac.id](mailto:20011010047@student.upnjatim.ac.id)

**How to Cite:** Imtihani, E., Marseto, M., & Nisa, F. L. (2023). Penerapan Akun E-Commerce Shopee dalam Strategi Digital Marketing pada UMKM Rempeyek Bunda Rahayu. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10114648>.

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman melalui era teknologi digital memang sudah merambah ke berbagai kalangan anak-anak, remaja, dewasa, hingga usia lanjut masih dapat menikmati serta termotivasi untuk tetap mengikuti perkembangan teknologi yang ada, termasuk bidang sosial media maupun e-commerce yang pastinya tidak terlepas dari jaringan internet. Seseorang di era sekarang harus mempelajari hingga mampu menguasai kemampuannya dalam mengoperasikan teknologi digital menggunakan internet hingga dapat merasakan manfaat dari teknologi tersebut. Penggunaan jaringan internet di pelosok negeri semakin luas setiap tahunnya. Perkembangan jaringan internet pun semakin meningkat masyarakat sebagai pengguna jaringan internet juga semakin bertambah. Internet sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat.

Adanya persaingan usaha seharusnya mampu memotivasi pelaku usaha dikarenakan semakin ketatnya era ekonomi digital dengan berkembangnya teknologi digital informasi. Pelaku usaha diharapkan tetap memperhatikan ekonomi kreatif terhadap fenomena yang ada dengan mengetahui dan menguasai strategi digital marketing. Teknologi informasi yang semakin berkembang, pelaku usaha harus dapat memanfaatkan peluang hingga menjadi wadah dalam upaya peningkatan perekonomian.

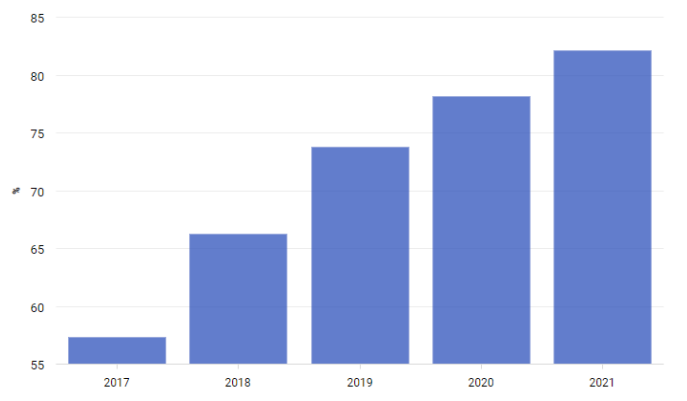
Media promosi yang menggunakan media dengan teknologi internet atau yang biasa disebut ialah *e-commerce* yang merupakan sebuah aplikasi dengan manfaat dapat melakukan aktivitas kegiatan jual-beli antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara online menggunakan teknologi internet. Melalui *e-commerce* tersebut, para pelanggan dapat melakukan pembelian barang yang diinginkan secara online, hal tersebut dapat dilakukan kapan dan dimana saja. *E-commerce* memasarkan produk karena sudah bekerja sama dengan pihak penjual dan dapat melakukan pemasaran dan promosi. Sedangkan untuk pembayaran antara penjual dan pembeli dapat dilakukan dengan transfer maupun menggunakan metode COD tergantung atas apa yang diterapkan oleh penjual. Di Indonesia sudah banyak menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk jual-beli online. Situs jual beli online sudah dapat mudah dicari dan mudah digunakan, seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Bukalapak, BliBli, dan masih banyak lagi.

*e-commerce* yang biasanya banyak digunakan oleh pelaku usaha ialah Shopee. Tampilan *website* yang menarik dan mudah dimengerti masyarakat awam menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan oleh *e-commerce*. Shopee adalah perusahaan *e-commerce* yang digunakan penjual online di Indonesia yang menjadi wadah penjualan online yang banyak diminati para masyarakat. *E-commerce* Shopee saat ini dimanfaatkan oleh UMKM dikarenakan UMKM diberikan kepercayaan oleh *e-commerce* yaitu berupa sebuah kepercayaan jaminan yang diberikan untuk dapat kemudahan dalam bertransaksi.

Para pelaku usaha sekarang ini lebih memanfaatkan adanya sosial media dan *e-commerce* dan menjadikan wadah sebagai upaya peningkatan perekonomian usahanya. Adanya sosial media, usaha yang didirikan mampu dikenal oleh masyarakat luar di luar jangkauan tempat usahanya.

Saat ini pelaku UMKM mulai menyadari bahwa masyarakat lebih tertarik untuk belanja online, karena tidak perlu pergi ke tempat belanja untuk mendapatkan barang yang diinginkan dikarenakan para konsumen juga mengikuti perkembangan teknologi digital, sehingga produk yang ditawarkan pada *e-commerce* tidak kalah saing. Pelaku UMKM diperlukan penguasaan terhadap media sosial lebih tepatnya *e-commerce* karena sangat dibutuhkan pada era digital sekarang ini sehingga para pelaku usaha siap untuk mengikuti perkembangan teknologi yang berkembang dan terus maju.

Adanya perkembangan teknologi yang terus berkembang dan semakin pesat, peningkatan perekonomian juga diharapkan maju berkembang seiring teknologi digital marketing berjalan. Perkembangan teknologi sudah banyak membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan bermasyarakat. Salah satu contoh teknologi yang sudah berkembang saat ini ialah internet. Karena hal tersebut, internet yang semakin berkembang pesat sehingga kebutuhan yang diperlukan masyarakat dapat terpenuhi dengan lebih mudah dan cepat. Peningkatan perekonomian dapat dilakukan oleh masyarakat yang nantinya dapat mengelola keuangan dengan baik.



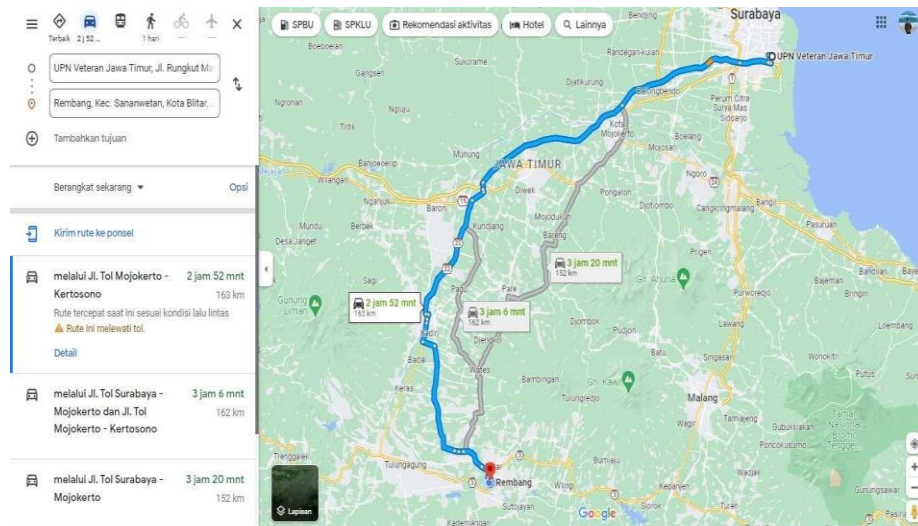
Berdasarkan data yang diambil dari laporan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah persentase dari penggunaan internet yang digunakan oleh masyarakat Indonesia akan terus meningkat seiring berjalannya waktu dikarenakan juga semakin luas. Tahun 2017 ada 57,33% masyarakat yang menggunakan teknologi internet di Indonesia. Lalu meningkat hingga 66,22% di tahun 2018. Pada tahun 2019 meningkat hingga 73,75% masyarakat Indonesia yang mengakses internet di Indonesia. Pada tahun 2020, persentase penggunaan internet meningkat hingga 78,18% masyarakat yang menggunakan akses internet. Lalu pada tahun 2021 tercatat persentase masyarakat Indonesia yang menggunakan internet sebesar 82,07%. Persentase penggunaan internet terus meningkat dikarenakan semakin mudahnya akses internet setiap waktunya yaitu dapat diakses menggunakan teknologi WIFI atau *wireless fidelity*, telepon genggam, hingga dapat diakses menggunakan fasilitas-fasilitas yang telah disediakan dari kantor maupun sekolah contohnya.

Peran UMKM sebagai pelaku usaha dalam upaya peningkatan perekonomian diperlukan karena berdampak baik dalam perindustrian perekonomian masyarakat. Pelaku usaha di dalam UMKM memiliki peluang dalam upaya peningkatan perekonomian UMKM. Hal tersebut dikarenakan semakin banyaknya usaha yang ada juga semakin banyak terciptanya lapangan pekerjaan karena mengingat angka pengangguran yang tinggi.

UMKM Rempeyek Bunda Rahayu merupakan salah satu pelaku usaha yang bergelut dalam UMKM yang memproduksi rempeyek untuk dijual kepada masyarakat. UMKM Rempeyek Bunda Rahayu berada di wilayah Kelurahan Rembang, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Kelurahan Rembang merupakan salah satu kelurahan yang ada di kota Blitar. Kota Blitar merupakan kota yang ada di Jawa Timur dengan memiliki tiga Kecamatan, yaitu Kecamatan Sukorejo, Kecamatan Sananwetan, dan Kecamatan Kepanjenkidul dengan total keseluruhan dari kelurahan masing-masing sebanyak 21 kelurahan.

Kelurahan Rembang terdapat banyak sekali UMKM. Warga Rembang banyak yang memiliki UMKM untuk menjadi usaha yang menghasilkan maupun menjadi kerja sampingan. Kelurahan Rembang memiliki beragam UMKM, yaitu pengusaha catering makanan, pelukis, pengrajin barongan, pengrajin kayu,

pengusaha pembuatan rempeyek, dan masih banyak lagi. berikut peta wilayah Rembang



## METODE

Kegiatan yang melibatkan untuk bekerja sama dengan perangkat Desa, yaitu Kelurahan Rembang, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar yang nantinya mendapatkan pengarahan serta bimbingan yang digunakan dalam menyusun laporan. Adanya pembekalan dari kampus yang disampaikan oleh Dosen Pembimbing Lapangan pada materi yang berisi sosialisasi dengan masyarakat, serta metode dan kegiatan selama ada di lokasi.

Metodologi yang penulis gunakan pada jurnal pengabdian masyarakat ini adalah dengan metode kualitatif, yang dimana menurut Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono (2018:246) analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pengumpulam data yang penullis lakukan adalah dengan langsung terjun ke lapangan yang berlokasi di Kelurahan Rembang, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Asapun metode penulis dalam penulisan jurnal pengabdian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Survei

Survei ini dilakukan penulis dengan bekerja sama dengan kelurahan Rembang, penulis meminta data UMKM kepada perangkat desa lalu melakukan survei ke beberapa tempat UMKM yang diberikan oleh perangkat desa Kelurahan Rembang.

### 2. FGD (*Focus Group Discussion*)

*Focus Group Discussion* dalam penulisan jurnal pengabdian masyarakat ini adalah dimana penulis dan rekan-rekan penulis mendiskusikan tentang pemutusan UMKM yang akan di jadikan mitra dalam rencana pembuatan akun *e-commerce* shopee.

### 3. Pedampingan Pembuatan Akun

Pendampingan pembuatan akun *e-commerce* ini dilakukan pada tanggal 8 Mei 2023 yang bertujuan untuk pemasaran UMKM Rempeyek Bunda Rahayu dalam rangka pemanfaata *e-commerce*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Survei

Pada program kegiatan survei ini penulis melakukan survei terhadap pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Rembang yang dimana kegiatan ini juga dibekerja sama dengan perangkat desa, perangkat desa di program ini membantu memberikan daftar pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Rembang. Program survei ini di lakukan pada tanggal 16 Maret – 27 Maret 2023.

No	Hari	Tanggal	Tempat
1.	Senin	20 Maret 2023	Lukisan Air Brush
2.	Senin	20 Maret 2023	Lukisan Charis Art
3.	Senin	20 Maret 2023	Pengerajin Kayu Jati Pak Kukuh
4.	Senin	20 Maret 2023	Pengerajin Barongan Pak Muslianto
5.	Selasa	21 Maret 2023	Salad Buah
6.	Selasa	21 Maret 2023	Catering Dapur Mommy
7.	Rabu	22 Maret 2023	Rempeyek Bunda Rahayu
8.	Kamis	23 Maret	Jus Buah Segar

		202 3	
9.	Kamis	23 Maret 202 3	Pemancingan Kelapa Gading

Survei yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengetahui kondisi perkembangan ekonomi UMKM dan juga mengetahui bagaimana sistem yang digunakan para pelaku UMKM di Kelurahan Rembang. Dari data yang diberikan perangkat desa kelurahan Rembang, kami mendapatkan 10 UMKM.

Adapula dalam melaksanakan program survei penulis merumuskan pertanyaan sebagai berikut :

No.	Butir Pertanyaan
1.	Nama UMKM dan Pemilik?
2.	Bergerak pada bidang apa dan total jumlah karyawan yang bekerja?
3.	Bagaimana awal mula terciptanya usaha ini dan apa alasan dibentuknya usaha?
4.	Apa yang membedakan usaha ini dengan serupa lainnya?
5.	Kendala apa yang dihadapi selama menjalankan usaha ini?
6.	Apakah usaha ini sudah memiliki legalitas?

## 2. FGD

Program *Focus Group Discussion* (FGD) merupakan program diskusi yang dilakukan penulis setelah merekap hasil survei yang bersasaran pada UMKM Kelurahan Rembang. Dalam forum pembahasan kelompok yang dilakukan pada tanggal 28 Maret 2023, penulis dan rekan-rekan penulis mendapatkan hasil bahwa UMKM di Kelurahan Rembang kekurangan pengetahuan untuk meakukan pemasaran di era digitalisasi ini.



FGD ini dilakukan untuk meninjau pelaku UMKM mana saja yang perlu dilakukan perlakuan khusus, dan apa saja yang harus dilakukan penulis dan rekan penulis dalam pelaksanaan KKNT. Dari FGD yang dilakukan didapati kendala

UMKM sebagai berikut :

1. minat konsumen yang sedikit.
2. produksi tidak stabil.
3. jangkauan pemasaran yang sangat terbatas.
4. kurangnya pengetahuan digitalisasi marketing.

Pada pelaksanaan program FGD di peroleh UMKM Rempeyek Bunda Rahayu untuk dijadikan mitra kerja UMKM. Adapun program Mitra kerja UMKM ini sebagai berikut :

1. Pembuatan Akun *e-commerce*.
2. Pembuatan logoo UMKM.
3. Pembuatan mockup kemasan.
4. pendampingan pemanfaatan *e-commerce*.

#### 1. Pendampingan Pembuatan Akun

Pendampingan pembuatan akun *e-commerce shopee pada* UMKM Rempeyek Bunda Rahayu,, pemnbuatan akun shopee ini dilakukan secara bertahap, proses ini juga dilakuak agar pelaku UMKM memahami cara pembuatan dan pengguna akun *e-commerce shopee*.

Dalam pendampingan pembuatan akun shopee yang dilakukan pada tanggal 30 maret,, pendampingan di lakukan dengan langkah-langkah yang sebagai berikut :

1. membuka situs/aplikasi shopee [www.Shopee.com](http://www.Shopee.com) atau untuk aplikasinya bisa didownload di playstore/appstore
2. mendaftar akun shopee, pendaftaran akun shopeer dapat melalui akun facebook,google dan whatsapp.

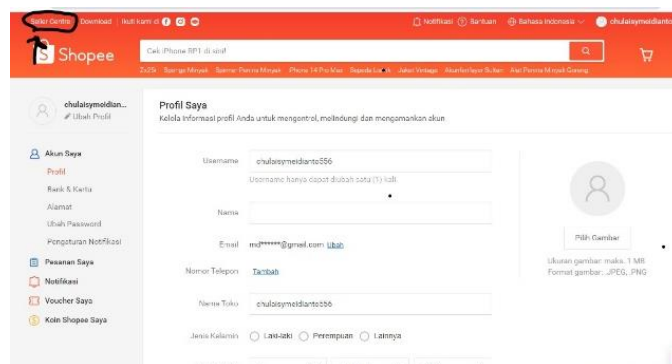


3. setelah melakukan pendaftaran, pelaku UMKM akan diminta untuk memasukkan nomer verifikasi.

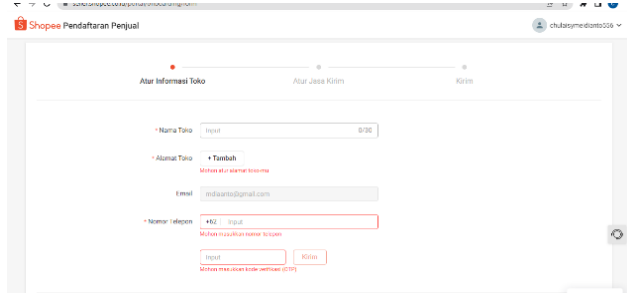
4. lalu pelaku UMKM akan diminta memasukkan username dan password.

5. jika mendaftar melalui google pendaftar tidak akan diminta nomer verifikasi dan langsung otomatis masuk pada beranda shopee.

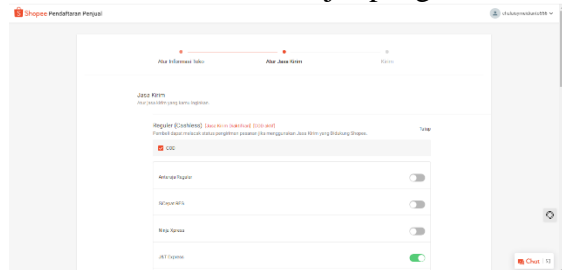
6. setelah masuk pada beranda, pendaftar klik seller centre yang berada di kiri atas lalu klik mulai pendaftaran.



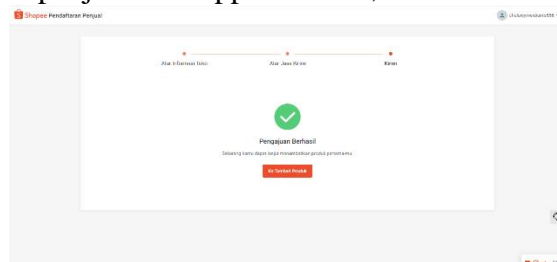
7. setelah itu pendaftar akan diminta untuk mengisi nama toko, alamat toko, email, nomor telephone dan verifikasi nomor telephone lalu klik lanjut.



8. pendaftar akan diminta untuk memilih jasa pengiriman, lalu klik kirim.

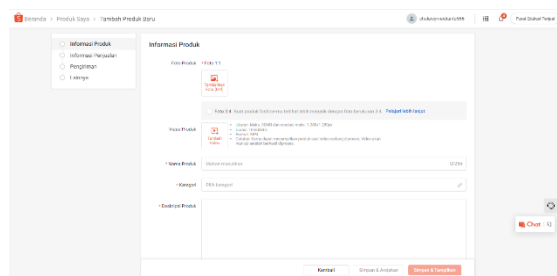


9. pengajuan akun penjualan shopee berhasil, lalu klik tambah produk.

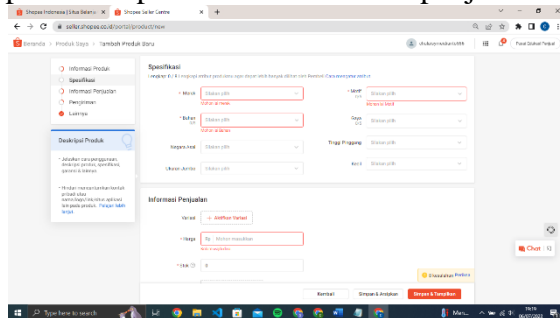


Setelah pembuatan akun selesai pelaku UMKM perlu untuk menambahkan produk yang akan dijual, adapun langkah-langkah penambahan produk sebagai berikut :

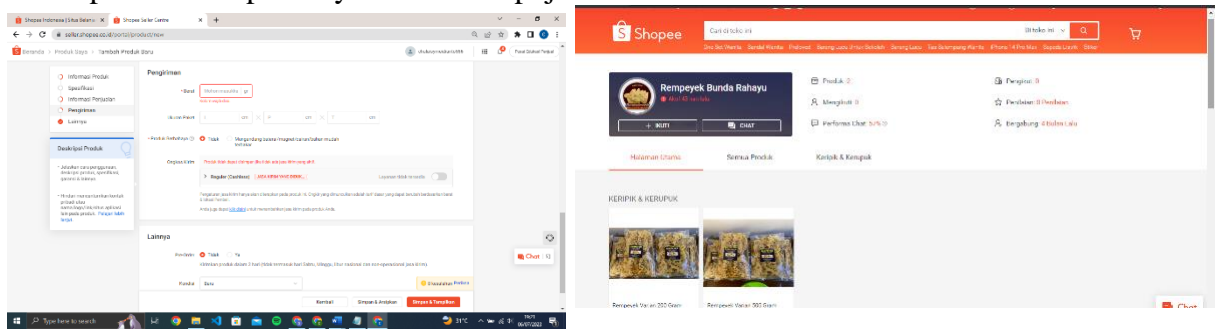
1. pendaftar diminta untuk mengisi informasi produk yang meliputi foto produk, video produk, nama produk, kategori, dan deskripsi produk.



2. lalu mengisi spesifikasi produk dan informasi penjualan.



2. pendaftar juga diminta untuk mengisi pengiriman dan lainnya, jika sudah klik simpan dan tampilkn yang berada di pojok kanan bawah.



Pendaftaran akun dan penambahan produk dilakukan untuk pembuatan akun yang nantinya akan menjadi *marketplace* yang berisikan produk-produk UMKM Rempyek Bunda Rahayu.

Akun *e-commerce* shoppe ini adalah sebagai bentuk perkembangan teknologi di era digitalisasi marketing, sekatrang belanjapun sudah bisa dilakukan secara online yang dimana pelanggan dan penjual tidak perlu melakukan penjualan secara langsung dapat dilakukan dengan melalui gadget saja. Pembuatan akun shoppee ini dilakukan untuk mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi jual-beli, untuk pelaku UMKM shoppee ini akan mempermudah pelaku UMKM untuk memasarkan produk-produk jualannya, karena di *marketplace* shoppee ini jangkauan wilayahnya sangat luas bisa tersebar diseluruh Indonesia.

Dengan adanya digitalisasi pemasaran pada UMKM Rempyek Bunda Rahayu ini pemasaran yang dilakukan Rempyek Bunda Rahayu dapat meluas sampai keseluruhan Indonesia, dan pelaku usaha Rempyek Bunda Rahayu hanya perlu mengirim produknya melalui jasa pengiriman yang telah disediakan shoppee.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dari penulisan kegiatan diatas adalah :

Dengan dilakukannya program kegiatan ini, pelaku UMKM Rempyek Bunda Rahayu dapat memasarkan produk-produk unggulannya secara luas, akun shoppee ini bermanfaat untuk dapat menjangkau wilayah yang ada di seluruh

Indonesia. Dan shopee juga menyediakan jasa pengiriman, dengan begitu aplikasi shopee ini memudahkan para pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Selain akun *e-commerce* UMKM Rempeyak Bunda Rahayu juga di dibuatkan logo dan mockup kemasan produk yang bertujuan untuk mempercantik kemasan, selain itu juga untuk menginformasikan produk Rempeyak Bunda Rahayu.

Adapun saran dari penulisan kegiatan diatas adalah :

Saran untuk peaku UMKM Rempeyak Bunda Rahayu adalah dapat mengoptimalkan penjualan produk yang di jual di shopee, memberikan deskripsi produk yang dapat menarik pelanggan. Pelaku UMKM Rempeyak Bunda Rahayu perlu memahami cara penggunaan shopee secara mendetail dari pemesanan produk sampai pengiriman produk. Dan mengikuti tren-tren zaman sekarang untuk meningkatkan minat konsumen. semoga petunjuk ini berguna bagi para penulis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Maulana, H., Meidianto, C., Fauzan, N. H., Ilmiah, I., Azzahra, F., & Kristianti, A. N. (2023). Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) UMKM di Desa Rejoso, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, Provinsi Jawa Timur. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3), 30-37. Cone, J.D., & Foster, S.L. (1993). *Dissertations and theses from start to finish: Psychology and related fields*. Washington, DC: American Psychological Association. **[Buku Penulis Dua]**
- Budiwitjaksono, G. S., Azzahra, N. U. 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: Studi Sosial Media Marketing Pada Instagram UMKM Kelurahan Rembang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 76-86. Darmayanti, N. W. S., & Zulkarnain, Z. (2018). Pemberian Pengayaan Materi Pelajaran Fisika Untuk Siswa Melalui Kegiatan Bimbingan Belajar di Luar Jam Sekolah di Desa Gontoran, Kecamatan Lingsar, Lombok Barat. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. 1(2) . 1-4. **[Jurnal tanpa DOI]**
- Wahyuni, N., & Gunawan, A. (2018). Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku Ukm Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 5(1).
- Habiba, A. F. C., & Prasetyia, F. (2022). Analisis Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM di Masa Pandemi (Studi Kasus Sektor Kuliner di Kota Malang). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(3).
- Muharsih, L., & Kemalasari, D. (2023). IMPLEMENTASI PENGGUNAAN MARKETPLACE DALAM DIGITAL MARKETING PADA UMKM DESA SUKAMEKAR. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 3(1), 964-976.
- Fairus, F., & Syah, H. (2020). Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga

Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta (Internal Control Analysis Of The Payroll's System And Procedures In Supporting The Efficiency Of Labor Costs In Pt. Pancaran Samudera Transport, Jakarta). *Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta.*

PRISMANINGTYAS, C. W. (2016). *MEMAHAMI KONSEP LOYALITAS PADA IBU RUMAH TANGGA DALAM PEMILIHAN PRODUK RUMAH TANGGA* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).

Yohana, I. (2019). *Pengaruh Lingkungan Sosial, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada WPOP Di Desa Tegalangus)* (Doctoral dissertation, KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma).