

[DM28]

Pelatihan Digital Marketing Melalui Aplikasi *Merchant Shopee Food* Sebagai Strategi Pemasaran UMKM

Bayu Apriyansyah^{1*}, Bambang Eko Samiono¹

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Al-Azhar Indonesia, Indonesia Komplek Masjid Agung Al-Azhar, Jl. Sisingamangaraja, Kebayoran Baru Jakarta, 12110
Email Penulis Korespondensi: bayuapriyansyah22@gmail.com

Abstrak

Digital marketing bagi sebuah usaha khusus nya UMKM merupakan bagian yang sangat penting pada era industri 4.0 saat ini, karena sebuah usaha membutuhkan publikasi yang baik demi kelangsungan dan kemajuan usahanya. Selain harus mampu memberikan kualitas produk yang baik para pelaku usaha UMKM juga harus mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Pemanfaatan digital marketing melalui aplikasi *Shopee Food* pada era industri 4.0 dapat dijadikan alternatif strategi dalam pemasaran produk agar memudahkan pelaku usaha memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen, terutama pada para pelaku UMKM keluarahan Rawa Badak Utara yang mayoritas masih menggunakan penjualan secara konvensional. Karena mereka masih terkendala kurangnya pengetahuan terhadap pemasaran secara digital terutama pada aplikasi *Shopee Food*. Melihat permasalahan yang ada para UMKM maka Tim KKN memberikan solusi berupa pelatihan Digital Marketing melalui aplikasi *Shopee Food* sebagai strategi dari memasarkan produk UMKM di era industri 4.0. Tim KKN memberikan pelatihan berupa cara mendaftarkan usaha ke dalam mitra *shopee food*, cara perhitungan bagi hasil dan cara penggunaan aplikasi *Shopee Food merchant*. Setidaknya sebanyak 11 orang pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam kegiatan ini. Dari kegiatan KKN ini berhasil membantu para pelaku UMKM untuk berjualan di *Merchant Shopee food*. Dan setelah dievaluasi mereka merasa terbantu dan cukup antusias dalam melakukan kegiatan karena mendapatkan ilmu yang berguna bagi usaha mereka.

Kata kunci: *UMKM, Pemasaran online, Merchant Shopee Food.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini berdampak terhadap dunia pemasaran yang berubah menjadi era digitalisasi. Era digital memberikan cara baru dan kemudahan kepada para pemasar guna memperelajari mengenai perilaku konsumen, produk, brand/merk, dan layanan seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan (Fajrillah et al, 2020). Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommercenya, biasanya akan menikmati keuntungan

bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut (Wardhana, 2018).

Salah satu Media yang digunakan dalam digital marketing adalah *marketplace*, salah satunya *Shopee Food merchant*. Aplikasi *shopee food* memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk berjualan produk yang mereka miliki dengan jangkauan yang cukup luas, meningkatkan pendapatan dan juga bisa meningkatkan daya jual bagi para pelaku UMKM (Rachmawati, 2018).

Seiring berjalannya waktu, perkembangan

teknologi semakin canggih yang menggiring kita untuk dapat mengikuti perkembangan zaman, guna permasalahan di atas UMKM kelurahan Rawa Badak Utara di berikan pelatihan berupa pengenalan penjualan melalui marketplace Shopee food untuk dapat membantu meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM.

Shopee Food adalah sebuah layanan pengantaran makanan milik dari Shopee sebagiainak perusahaan. *Merchant* ini memberikan kemudahan bagi para mitra nya untuk dapat measarkan produk, karena mereka tidak perlu repot menyiapkan promosi karena sudah disiapkan oleh aplikasi *shopee food*.

Namun dalam proses implementasinya masih ditemukan beberapa kendala sebagai berikut :

a) Masalah pelaku UMKM kurang melekat Teknologi:

Para pelaku UMKM kelurahan Rawa badak Utara kurang melekat Teknologi, yang membuat mereka belum memanfaatkan situs online untuk berjualan. Mereka lebih suka berjualan secara konvensional dan mengikuti pola lama yang sudah berjalan padahal mereka mempunyai peluang cukup besar jika memanfaatkan teknologi sebagai mediaberjualan.

Lambatnya pergerakan UMKM disebabkan masih banyak pelaku UMKM yang belum mau terlibat karena belum sepenuhnya pahamterkait keuntungan menggunakan Shopee food, 25 dari pelaku UMKM yang kami survei hanya ada 11 pelaku UMKM yang bersedia mengikuti program ini. Karena mereka sudah merasa puas dengan hasil yang diperoleh saat ini dan enggan berusaha lebih keras meningkatkan kualitas produksi usahanya.

b) Kurang pemahamannya terhadap penggunaan aplikasi merchant Shopee Food serta manfaat yang didapatkan:

Kurang pemahaman terhadap penggunaan aplikasi ini berbanding lurus dengan kurang melekatnya teknologi oleh pelaku UMKM kelurahan Rawa Badak Utara. Sehingga mereka terkedala dalam memasarkan produknya secara luas. Menelaah permasalahan yang dialami, sehingga diberikan pelatihan berupa cara mendaftarkan *merchant* Shopee Food, cara pengelolaannya, cara mempromosikannya hingga perhitungan bagi hasil dari *merchant* Shopee Food.

2. METODE

Kegiatan abdimas ini terintegrasi dengan kegiatan KKN Universitas Al-Ashar Indonesia yang dilaksanakan selama 37 hari yang dimulai dari tanggal 18 Desember 2021 sampai dengan 22 Januari 2022, dengan 1 kali pertemuan secara Offline dan 3 Kali workshop dan webinar secara Online. Pelaksanaan dilaksanakan di kediaman ketua RW 009 kelurahan Rawa Badak dan di Kantor RW setempat, sedangkan acara yang dilaksanakan secara online dengan menggunakan media Platform *Zoom Meeting*.

Metode yang digunakan untuk pertemuan ini adalah dengan metode observasi dan wawancara. Dalam kegiatan ini mitra memaparkan berbagai permasalahan di lapangan yang dihadapinya dan tim melakukan perumusan untuk menjadi masukan pada materi pelatihan yang diberikan.

Berikut merupakan rancangan kegiatan secara garis besar pelaksanaan dan gambaran prosedur kuliah kerja nyata yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

KEGIATAN	WAKTU	PERTEMUAN
Periapan program	1x	Memutuskan program yang akan dilaksanakan Offline
Koordinasi, perkenalan dan observasi lokasi dengan perangkat desa	1x	Menemui Bapak Sudaryono selaku Ketua RW kelurahan Rawa Badak Utara Offline
Pembukaan kegiatan KKN	1x	Sambutan acara pembukaan kegiatan oleh tim KKN dan perangkat desa setempat - Edukasi tentang cara membuka akun pada merchant Shopee food Offline
		Online
Workshop 1-2	2x	

KEGIATAN	WAKTU	PERTEMUAN
Webinar Evaluasi Pembelajaran dari kegiatan KKN dan kepuasan mitra	1x	Online

Metode pelaksanaan kegiatan yang diterapkan dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Observasi Serta Wawancara.

Kegiatan ini diawali dengan wawancara dan observasi aktivitas warga melalui perangkat desa setempat. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi permasalahan pada mitra. Berdasarkan wawancara terbatas tersebut, tim mencoba mendapatkan gambaran untuk dapat membantu memecahkan masalah yang dihadapi oleh paramitra UMKM.

b. Metode workshop.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan *workshop* materi yang disampaikan pada *workshop* telah disesuaikan dengan kebutuhan mitra UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Program

Pertemuan secara offline dengan perangkat Desa setempat dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai kebutuhan mitra akan program yang akan diimplementasikan. Program kerja yang akan dilaksanakan selama kegiatan KKN DR adalah memberikan materi berupa presentasi mengenai yang dilakukan secara daring cara melakukan promosi secara langsung melalui penyuluhan langsung dan aplikasi zoom cloud meeting.

Gambaran Program Kerja

Memberikan pelatihan cara menggunakan aplikasi shopeefood sebagai media pemasaran produk secara digital melalui marketpalce dan memberikan cara perhitungan keuntungan di marketpalce sehingga mitra bisa mendapatkan harga jual yang sesuai dan tidak rugi. Berjualan melalui marketplace shopee dapat meningkatkan jangkauan penjualan para mitra sehingga mereka mampu bersaing dengan perjual yang lainnya.

Teknis Pelaksanaan

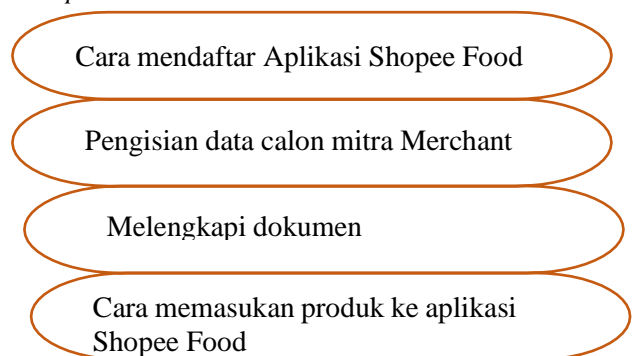
Kegiatan KKN DR ini dilakukan dengan offline dan daring atau online. Untuk kegiatan daring atau online dilakukan dengan metode conference video call.

Waktu Pelaksanaan

Program ini di laksanakan pada bulan Desember dan Januari selama kurang lebih 30 hari dengan durasi pelaksanaan 30-180 menit, dimulaipada tanggal 18 Desember 2021.

Berikut perumusan program pelatihan yang telah diperoleh.

Tabel 2. Perumusan Program Pelatihan Mendaftar *Shopee Food Merchant*



Pada perumusan ini para mitra UMKM di ajarkan mulai dari download aplikasi, persiapan dokumen sampai cara meassukan produk ke aplikasi.

Pelatihan ini di berikan kepada para pelaku UMKM keluarahan Rawa Badak Utara dengan detil sebagai berikut

Tabel 3. Peserta Mitra

Nama Lengkap	Jenis UMKM	Pendidikan Terakhir
Elvina Sari	Minuman, Lontong dan Gorengan	SD
Sutiah	Nasi Uduk	Tidak Sekolah
Sulastri	Minuman kekinian	SMP
Siti Aisyah	Minuman dan cemilan	Tidak Sekolah
Nurhayati	Makanan ringan dan aneka minuman	Tidak Sekolah
Listanti	Es Boba, Lumpia dan martabak mini	SMP
Sumani	Pecel ayam dan soto	SMP
Nur Cahyadi	Warteg	Tidak Sekolah
Jaini	Bakso	SMP
Windi Nurfitri	Es Boba	SMP
Mei Ramadhany Juana	Warkop	SD

Penyusunan Modul:

Pada penyusunan modul mengenai pengenalan dan edukasi aplikasi shopee food sertacara pembagian hasilnya disajikan dalam bentuk power point yang dipaparkan secara offlinemaupun online.



Gambar 1. Materi Pelatihan disajikan dalam bentuk *Power Point*

Pelaksanaan Workshop

Workshop I: Edukasi tentang cara membuka akun pada merchant Shopeefood

Pada Workshop ini dilakukan secaraOffline di kelurahan Rawa Badak Utara. Workshop yang dilaksanakan secara online memberikan pemaparan seputar cara pembukaan akun pada aplikasi shopee food merchant, di sela pemberian materi juga di selingi dengan sesi tanya jawab guna merangsang ingatan para pelaku UMKM. Pada pertemuan pertama kegiatan ini materi yang diberikan meliputi: pengenalan aplikasi shopee food, cara mendaftar menjadi mitra shopee food. Terlihat begitu awam bagi parapelaku UMKM tetapi mereka cukup antusias karena banyak para UMKM yang aktif dalam kegiatan ini.

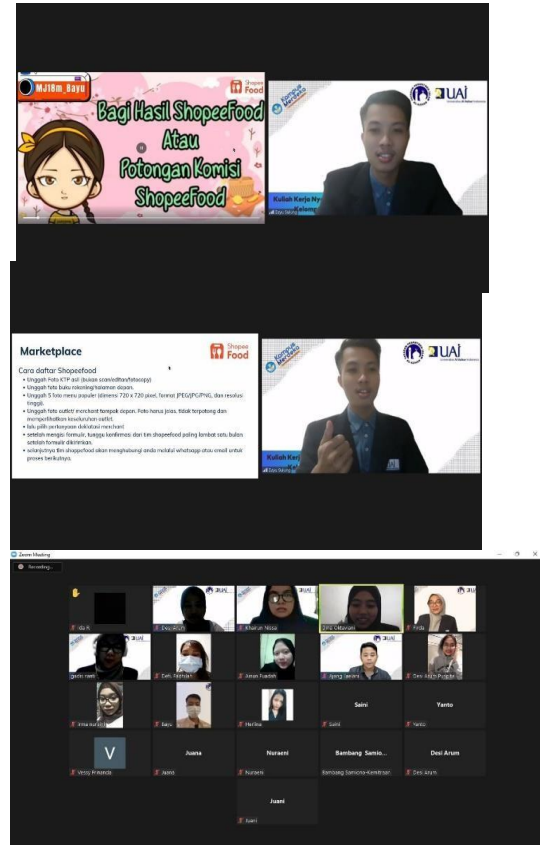


Gambar 1. Prsentasi secara offline

Workshop II: Pelatihan tentang tata pengelolaan akun shopee food

Workshop ini dilaksanakan secara daring. Materi yang diberikan seputar pengelolaan akun di shopee food, cara agar menarik pelanggan,

dan perhitungan bagi hasil. Pada kegiatan ini mitra diberikan pengetahuan bagaimana cara mengelolapenjualan di shopeefood . *Workshop* yang dilaksanakan melalui *zoom meeting* dengan sesi pemaparan dan diskusi. Peserta diberikan pemahaman bagaimana cara menetapkan hargadan perhitungan bagi hasil. Di akhir materi peserta diberi kesempatan untuk bertanya seputar penggunaan aplikasi shopee food yang sudah berjalan apakah ada kendala dan hal yang kurang dimengerti.



Gambar 2. Prsentasi secara online

EVALUASI

Evaluasi Peningkatan Pengetahuan:

Pengetahuan umum mengenai materi yang sudah diberikan merupakan media yang dapat meningkatkan pengetahuan para mitra UMKM. Dan juga terdapat sesi tanya jawab guna mengevaluasi sejauh mana pemahaman para mitradengan materi yang telah diberikan.

Evaluasi Kepuasan:

Evaluasi ini dilakukan dengan membagikan Link survey mengenai kepuasan peserta mitra atas program yang dijalankan. Sehingga menghasilkan jawaban mereka puas atas pelatihan ini.

Tabel 2. Survey kepuasan mitra

Nama	Jenis Usaha	Dalam skala 1-10 Secara keseluruhan, seberapa puas atas pelatihan Tersebut?	Dalam Skala 1-10 seberapa puas terhadap materi yang di sampaikan	Apakah kegiatan ini membantu anda dalam meningkatkan penjualan ?	Secara keseluruhan, apakah Anda dapat melihat dan mende ngar presentasi dengan jelas
Elvina sari	Makann, lontong dan gorengan Nasi uduk	10	10	Ya	Ya
Sutiah		9	9	Ya	Ya
Sulastri	Minuman boba	10	9	Ya	Ya
Siti aisyah	Minuman dan cemilan	10	10	Ya	Ya
Nurhayati	Aneka minuman	10	9	Ya	Ya
Listanti Nurcahyadi	Lumpia	9	10	Ya	Ya
Jaini	Warteg	10	10	Ya	Ya
	Bakso	8	7	Ya	Tidak
Windi nurfitri mei ramadhany	Boba	9	10	Ya	Ya
Juana	Warkop	10	9	Ya	Ya



Gambar 3 . contoh akun milik Mitra

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelaksanaan KKN di kelurahan Rawa Badak Utara yang melibatkan pelaku UMKM setidaknya berjumlah 11 orang mitra, kegiatan ini berjalan dengan baik dan mendapatkan apresiasi dari para warga masyarakat kelurahan Rawa Badak Utara.

Karena kegiatan ini dapat membantu mereka dalam implementasi pelatihan digital marketing dengan menjadi mitra Shopee Food. Hasil dari kegiatan ini terlihat dari para mitra yang sudah berhasil menjadi mitra shopee food, dengan begitu para pelaku UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas jaringan usaha. Kegiatan KKN ini sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi dan terima kasih kami ucapkan

kepada perangkat desa khususnya warga masyarakat mitra UMKM kelurahan Rawa Badak Utara, Kecamatan Koja Jakarta Utara dan para rekan mahasiswa UAI serta Dosen pembimbing

DAFTAR PUSTAKA

Astri Rumondang, Acai Sudirman, Samsider Sitorus, Aditya Halim Perdana Kusuma, Melda Manuhutu, Andriasan Sudarso, Janner Simarmata, Dian Hasdiana, Tasnim Tasnim, Nina Fapari Arif. (2020)Pemasaran Digital dan Perilaku konsumen.

<https://www.cekaja.com/info/cara-daftar-merchantshopeefood>, 2022.

Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkh). Jurnal Pemberdayaan MasyarakatMadani (JPMM), 1(1), 1–17.

Astrid safitri. Revolusi Industri 4.0 Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi4.0.