



## Pengenalan dan Pendampingan UMKM Minuman Herbal Berkah Setia Melalui *Digital Marketing* Berbasis *Marketplace* Shopee untuk Menunjang Pemasaran dan Peningkatan Penjualan

*Introduction and Assistance to UMKM Berkah Setia Herbal Drinks Through Digital Marketing Based on "Shopee" Marketplace to Support Marketing and Increasing Sales*

Dwi Wijayanto<sup>1</sup>, Ariska Heri Okkiyanto<sup>2</sup>, Cesanur Iswanti Maulani<sup>3</sup>, Rivansa Dibya Darmawan<sup>4</sup>, Rina Sari Qurniawati<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>STIE AMA, Salatiga

E-mail: [2020101043@student.stieama.ac.id](mailto:2020101043@student.stieama.ac.id)<sup>1</sup>, [2020105004@student.stieama.ac.id](mailto:2020105004@student.stieama.ac.id)<sup>2</sup>, [2020101002@student.stieama.ac.id](mailto:2020101002@student.stieama.ac.id)<sup>3</sup>, [2020101056@student.stieama.ac.id](mailto:2020101056@student.stieama.ac.id)<sup>4</sup>, [rinasari.qurniawati@stieama.ac.id](mailto:rinasari.qurniawati@stieama.ac.id)<sup>5</sup>

### Article History:

Received: 20 Januari 2024

Accepted: 16 Februari 2024

Published: 02 Maret 2024

**Keywords:** E-Commerce, Marketplace, Shopee, Marketing

**Abstract:** *UMKM Berkah Setia in Kadirejo Village is one of the potential UMKM in the area. However, these UMKM still use conventional buying and selling systems and entrust their product to UMKM centers and souvenir centers. Due to limited capabilities, until now this UMKM product has not been widely known because it has utilized digital technology such as the marketplace as a promotional medium and place for buying and selling. In this service activity, there are the introduction and assistance of the adoption of E-commerce in the form of the Shopee application media for UMKM Berkah Setia herbal drink. It is hoped that knowledge can increase sales for UMKM owners. The aim of this service activity is not only to introduce the UMKM marketplace, but also to assist in the management of the marketplace so that UMKM income experiences an increase in sales activities. The methods used in this service process are discussion, tutorial, mentoring, and assessment and evaluation methods. The result from this method show that UMKM actors gain knowledge about creating an account, the process when goods are ordered until they reach the buyer, and UMKM actors gain skills in managing their Shopee accounts.*

### Abstrak

UMKM Berkah Setia di Desa Kadirejo adalah salah satu UMKM yang berpotensi di daerah tersebut. Namun, UMKM ini masih menggunakan sistem jual beli konvensional serta dengan menitikkan produknya ke sentra UMKM dan juga pusat oleh-oleh. Karena keterbatasan kemampuan, sampai saat ini produk UMKM ini belum dapat dikenal secara luas karena belum memanfaatkan teknologi digital seperti *marketplace* sebagai media promosi dan tempat untuk jual beli. Dalam kegiatan pengabdian ini yaitu pengenalan dan pendampingan adopsi *E-commerce* berupa media aplikasi Shopee pada UMKM minuman herbal Berkah Setia. Pengetahuan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM. Tujuan dalam kegiatan pengabdian ini selain untuk pengenalan *marketplace* UMKM tersebut, juga bertujuan untuk pendampingan pengelolaan *marketplace* agar pendapatan UMKM mengalami proses peningkatan dalam kegiatan penjualan. Metode yang digunakan dalam proses pengabdian ini adalah metode diskusi, tutorial, pendampingan, dan penilaian serta evaluasi. Dari metode tersebut memiliki hasil menunjukkan bahwa pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan tentang pembuatan akun, proses ketika barang dipesan hingga sampai kepada pembeli, dan pelaku UMKM mendapatkan keterampilan dalam mengelola akun Shopee miliknya.

**Kata Kunci:** E-Commerce, Marketplace, Shopee, Pemasaran

\*Dwi Wijayanto, [ryanapriansyah2497@gmail.com](mailto:ryanapriansyah2497@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Dewasa ini UMKM merupakan salah satu usaha yang sangat menopang aktivitas ekonomi apalagi dalam kondisi kritis ekonomi di Indonesia pasca pandemi Covid-19. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan menjadikan UMKM sebagai peran penting untuk menciptakan dan meningkatkan pasar baru baik di dalam dan di luar negeri sebagai salah satu upaya untuk menjadikan negara itu dikatakan berkembang dan maju. Para pelaku UMKM dituntut untuk mampu menciptakan produk yang berinovasi, kreatif, dan bisa menentapkan produk apa saja yang memiliki nilai jual tinggi di pasaran serta mengikuti perkembangan zaman di era digitalisasi ini. Jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital.

Desa Kadirejo merupakan desa yang di dalamnya terdapat puluhan UMKM yang bergerak, salah satunya UMKM minuman herbal Berkah Setia. UMKM minuman herbal Berkah Setia adalah suatu produk UMKM rumahan yang diproduksi dari bahan alami tanpa adanya pengawet, UMKM minuman herbal Berkah Setia berdiri sejak tahun 2020 pada saat meningkatnya pandemi Covid-19. Pada saat melakukan pengabdian masyarakat kami melakukan survei tentang hambatan yang ditemukan oleh ibu Juwati selaku pemilik UMKM tersebut seperti halnya beliau memiliki beberapa masalah dalam manajemen pemasaran, seperti dalam memberikan pemahaman kepada konsumen tentang informasi produk, produksi, hingga mengenai bisnis yang ada dalam UMKM. Kemajuan teknologi yang sangat pesat yang salah satunya internet sangat berpengaruh terhadap salah satu aspek dalam kehidupan, yang diantaranya perdagangan. Proses perdagangan yang mengandalkan kemajuan teknologi ini sekarang dikenal dengan istilah *E-Commerce (Electronic Commerce)*. *E-Commerce* yaitu platform digital yang penggunanya dapat melakukan berbagai kegiatan penjualan dan pembelian, serta kegiatan pemasaran barang atau jasa dengan mengedepankan by sistem elektronik, seperti TV, internet, atau jaringan teknologi lainnya. Berkembangnya *E-Commerce* ini sangat berdampak pada proses perdagangan. Menurut Laksmi Diana et al (2022) menyatakan bahwa *E-Commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet sehingga siapapun yang mempunyai perangkat yang mampu mengakses jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *E-Commerce*. Oleh karena itu, *E-Commerce* ini tidak mewajibkan pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung, hal ini berbeda dengan proses jual beli pada umumnya, yang tentunya membuat proses transaksi semakin fleksibel. Pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi dan komunikasi tanpa harus bertemu secara langsung, melainkan hanya dilakukan melalui internet.

*Marketplace* merupakan bisnis yang menggunakan ruang virtual sebagai tempat operasional pasar elektronik bagi para pelaku usaha (Yustinani et al, 2017). *Marketplace* merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang penggempur industri perdagangan. Dalam *marketplace* tersebut pelaku saha dapat menampilkan produknya untuk dijualkan tanpa perlu repot membangun sistem. Adanya *marketplace* tersebut sangat menguntungkan para pelaku usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan operasional. Situs *E-Commerce* seperti Shopee merupakan contoh dari *marketplace*. Shopee merupakan aplikasi belanja daring pertama yang membuat pengguna aplikasi tersebut dapat menjelajahi, berbelanja, maupun menjual berbagai jenis produk. Keunggulan Shopee selain menyediakan berbagai macam produk adalah kemudahan bagi pengguna untuk mencari dan menemukan barang yang ingin dibeli dengan mengklik kolom pencarian hanya dengan mengetikkan nama dan memasukkan gambar barang yang dicari atau mengklik kategori barang yang susah disediakan (Feni et al, 2022). Selain itu, agar lebih menarik minat konsumen, Shopee juga memberikan banyak kesempatan gratis pengiriman barang atau yang disebut dengan gratis ongkir. Pengguna

Shopee di Indonesia terbilang cukup banyak yaitu berjumlah 30.843.400 kunjungan.

Berdasarkan hal-hal di atas, kami Kelompok 7 Kuliah Praktek Pemberdayaan Masyarakat (KPPM) STIE “AMA” Salatiga melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan edukasi mengenai *digital marketing* dan *E-Commerce* Shopee melalui pengenalan dan pendampingan UMKM minuman herbal Berkah Setia di Kelurahan Kadirejo, Kecamatan Pabelan, Kabupaten Semarang. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya *digital marketing* di masa sekarang ini serta memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya dalam penggunaan *marketplace* Shopee untuk mempermudah bertransaksi jual beli Selain itu, kami juga melakukan pendampingan pada UMKM khususnya minuman herbal Berkah Setia yaitu ibu Juwati untuk praktik secara langsung tentang cara penggunaan *E-Commerce* Shopee dengan membuat toko online di Shopee untuk tiap UMKM.

## **METODE**

Kegiatan ini merupakan program Kuliah Praktik Pemberdayaan Masyarakat (KPPM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA Salatiga tahun ajaran 2024. KPPM adalah salah satu wujud dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat yang di mana dalam program ini STIE AMA Salatiga memfokuskan kegiaitan tersebut untuk membantu pelaku UMKM agar semakin berkembang. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini kami melakukan beberapa kegiatan yang salah satunya pengenalan dan pendampingan dalam peningkatan strategi pemasaran melalui *marketplace*. Kegiatan KPPM ini melibatkan mahasiswa dan mahasiswi serta dosen pembimbing lapangan dari STIE AMA Salatiga, serta terdapat sepuluh mitra yang mengikuti kegiatan tersebut dan satu mitra yang berfokus pada pengenalan dan pendampingan digital marketing yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah Berkah Setia.

UMKM Berkah Setia merupakan usaha kecil yang bergerak di bidang pengelolaan produk herbal yang didirikan pada tahun 2020 saat pandemi Covid-19. UMKM tersebut memproduksi beberapa produk herbal seperti jahe merah bubuk, kunyit bubuk, temulawak bubuk, sirup jahe, sirup kunyit dan beberapa olahan produk herbal lainnya. UMKM minuman herbal Berkah Setia terletak di Dusun Ngablak, Desa Kadirejo, Kecamatan Pabelan, Kabupaten Semarang. Lokasinya yang jauh dari pusat keramaian seperti pasar dan perkotaan membuat jangkauan pasar yang terbatas. Oleh karena itu perlu adanya proses ekspansi pasar salah satunya dengan mendaftarkannya ke *platfrom digital* seperti *E-commerce*. Masalah yang dihadapi oleh pemilik usaha yaitu Ibu Juwati adalah minimnya informasi akan pengetahuan cara pendaftaran serta pengoprasian aplikasi Shopee. Oleh karena itu kami dari KPPM kelompok 7 STIE AMA turut serta berperan membantu dalam mendaftarkan, pengenalan dan pendampingan dalam mengelola akun Shopee UMKM Berkah Setia itu sendiri.

Kegiatan pengenalan dan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kinerja pemasaran UMKM minuman Berkah Setia Desa Kadirejo, Kecamatan Pabelan, Kabupaten Semarang. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode diskusi, tutorial, pendampingan, pemecahan masalah, dan *assesment/evaluasi*. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Langkah 1 (Metode Diskusi): pada tahap awal kegiatan pengabdian mahasiswa / mahasiswi melakukan diskusi bersama pelaku UMKM yaitu ibu Juwati untuk mencari masalah dan mencari solusi guna meningkatkan pemasaran dan penjualan.
2. Langkah 2 (Tutorial): pada langkah ini mahasiswa memberikan arahan atau pelatihan mengenai *marketplace* yang berupa Shopee dari awal pendaftaran sampai proses pengemasan dan pengiriman ke konsumen.

- Langkah 3 (Pendampingan dan Pemecahan Masalah): pada kesempatan ini pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk melakukan praktek menggunakan akun Shopee dan melakukan pengemasan. Jika pelaku UMKM ada hal yang belum jelas maka mahasiswa / mahasiswi memberikan kesempatan kepada ibu Juwati untuk menanyakannya.
- Langkah 5 (*Assesment* / Evaluasi): metode terakhir yang dilakukan oleh para mahasiswa/mahasiswi melakukan evaluasi dan peninjauan ulang terkait permasalahan permasalahan yang di hadapi oleh Ibu Juwati setelah proses diskusi sampai pendampingan dan pemecahan masalah.

## HASIL

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan kurang lebih 1 bulan pada tanggal 22 Januari – 24 Febuari 2024. Adapun rangkaian kegiatan tersebut yang diantaranya:

### 1. Pendaftaran Market Place

Pada tahap ini kami anggota KPPM kelompok 7 melakukan pendaftaran pada *platfom* Shopee sebagai langkah awal untuk meningkatkan jangkauan pemasaran UMKM minuman herbal Berkah Setia.



**Gambar 1. Pendaftaran Market Place**

### 2. Foto Produk

Setelah melakukan pendaftaran shopee, kami melakukan foto produk agar konsumen tertarik untuk membeli produk UMKM minuman herbal Berkah Setia.



**Gambar 2. Foto Produk**

3. Pendampingan dan Pengenalan Aplikasi

Kami melakukan pendampingan dan demo penggunaan aplikasi shopee kepada pelaku UMKM minuman herbal Berkah Setia dan melakukan evaluasi sejauh mana pelaku UMKM tahu dan bisa mengoprasikan market place Shopee.



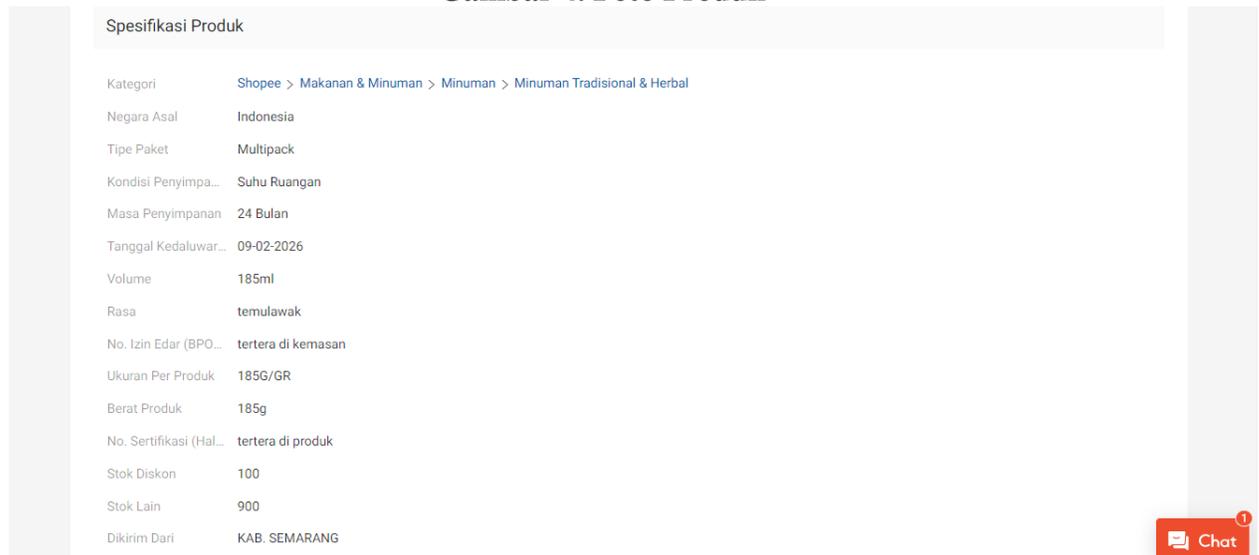
**Gambar 3. Demo Aplikasi Shopee**

*Marketplace* pada usaha UMKM minuman herbal Berkah Setia milik ibu Juwati menghasilkan dampak yang cukup substansional terhadap daya saing UMKM di Desa Kadirejo, Kecamatan Pabelan, Kabupaten Semarang yang dapat dijelaskan seperti berikut ini:

## 1. Meningkatnya *Brand Awareness*



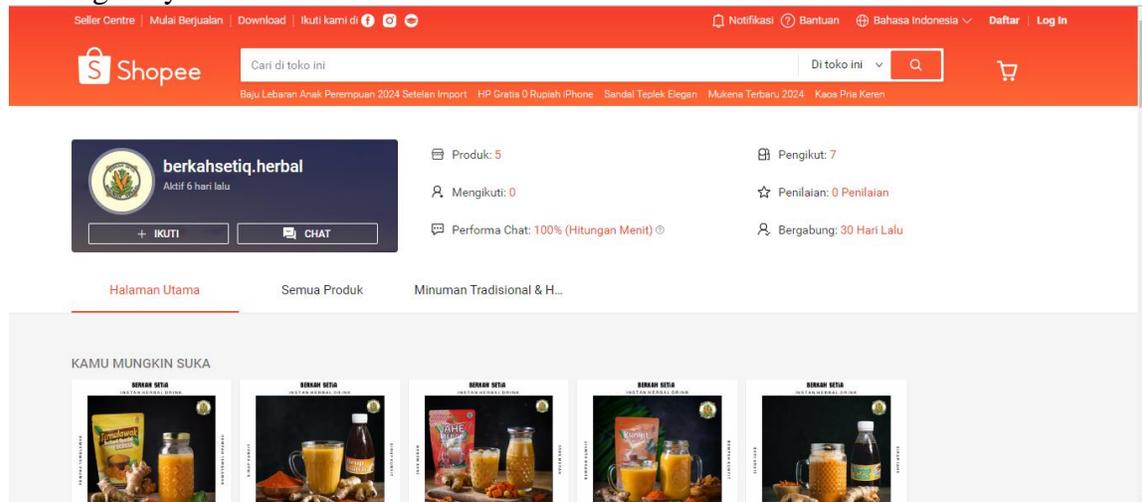
Gambar 4. Foto Produk



Gambar 5. Spesifikasi Produk

*Marketplace* Shopee dapat membantu UMKM minuman herbal Berkah Setia meningkatkan *brand awareness* produknya. Di *marketplace* Shopee, UMKM minuman herbal Berkah Setia dapat dengan mudah dan terjangkau mempromosikan dan menawarkan produk, hal ini membantu UMKM untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang.

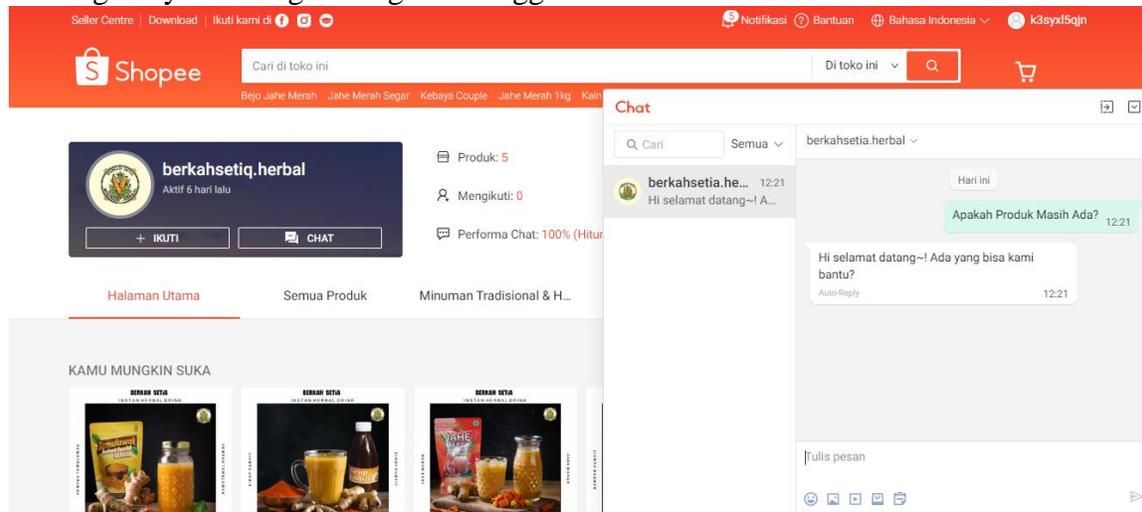
## 2. Meningkatnya Akses Pasar



**Gambar 6. Profil UMKM Minuman Herbal Berkah Setia**

Manfaat terbesar dari *marketplace* Shopee adalah memudahkan dan membuat kegiatan jual beli menjadi lebih efisien bagi UMKM minuman herbal Berkah Setia untuk memasuki pasar yang lebih luas (baik nasional maupun global). Dengan menggunakan *marketplace* Shopee, UMKM minuman herbal Berkah Setia dapat menjual produknya secara online tanpa adanya mempertimbangkan masalah logistik dan biaya operasional yang tinggi seperti halnya ketika pelaku usaha masih menggunakan pemasaran konvensional.

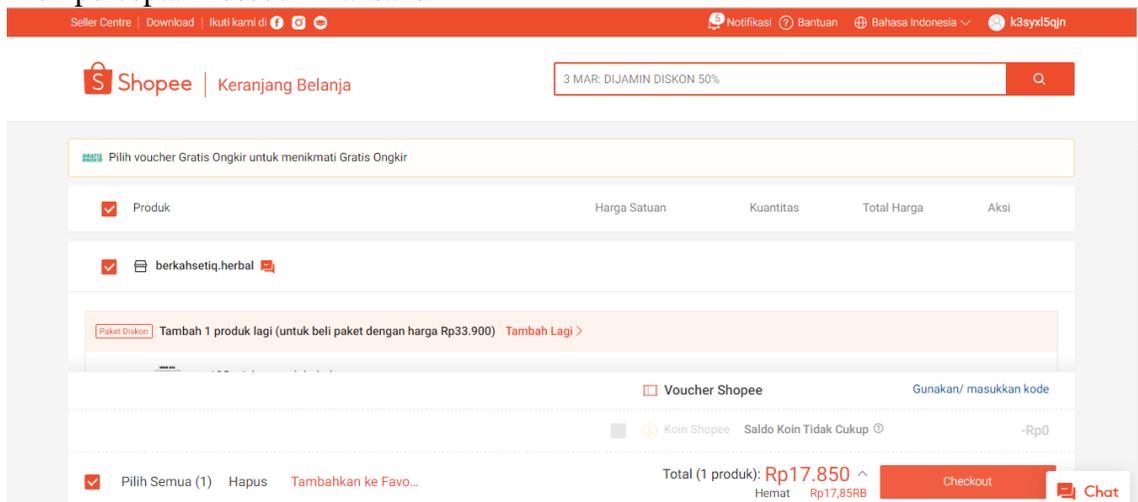
## 3. Meningkatnya Hubungan dengan Pelanggan



**Gambar 7. Chat konsumen di platform Shopee**

*Marketplace* Shopee memberikan manfaat bagi UMKM minuman herbal Berkah Setia untuk membangun hubungan dengan konsumen. Oleh karena itu UMKM minuman herbal Berkah Setia dapat belajar untuk memahami kebutuhan konsumen dan menyesuaikan produk yang diinginkan sesuai dengan permintaan. Keterlibatan langsung ini memungkinkan UMKM minuman herbal Berkah Setia untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk untuk memenuhi harapan konsumen.

#### 4. Mempercepat Prosedur Transaksi



**Gambar 8. Proses Transaksi Produk**

Marketplace Shopee memberikan manfaat bagi UMKM minuman herbal Berkah Setia dapat mempercepat pemrosesan transaksi dengan memungkinkan pelaku usaha menampilkan produk dengan jelas dan detail, sementara pelanggan dapat dengan mudah dan cepat melakukan pemesanan, hal ini akan meningkatkan efisiensi operasional UMKM minuman herbal Berkah Setia.

#### **DISKUSI**

Melalui beberapa masalah tersebut salah satu faktor yang menghambat dalam peningkatan pendapatan dan jangkauan pasar adalah masih minimnya pengetahuan tentang teknologi terutama dalam bidang *E-Commerce*, yang dimana hal itu menghambat laju perkembangan UMKM minuman herbal Berkah Setia yang dijalankan karena masih menggunakan metode penjualan dengan cara menitipkan produk ke beberapa pusat oleh-oleh dan sentra UMKM.

Dalam hal ini kami mengimplementasikan program pengabdian kami untuk membantu memperkenalkan dan mendampingi pelaku usaha dalam mengembangkan serta meningkatkan pendapatan dan jangkauan pasar yang lebih luas. Ibu Juwati selaku pemilik UMKM minuman herbal Berkah Setia memberikan kesan positif terkait program yang kami berikan dan juga mendapatkan *feedback* dan juga dukungan dari pelaku UMKM tersebut. Program kerja yang berpotensi dalam meningkatkan jangkauan pemasaran secara berkelanjutan dapat meningkatkan pendapatan dari proses jual beli produk UMKM minuman herbal Berah Setia yang bertempat di Desa Kadirejo, Kecamatan Pabelan, Kabupaten Semarang.

#### **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pengenalan dan pendampingan *marketplace* atau *E-commerce* Shopee pada UMKM minuman Herbal Berkah Setia milik Ibu Juwati untuk memperluas pasar dapat berjalan dengan lancar. Pemilik usaha dan anggota kelompok pengabdian masyarakat antusias dalam mempelajari dan mengimplementasikan ilmu tentang *marketplace* yang diterapkan langsung pada lingkungan ekonomi bisnis yang nyata. Semoga hasil yang telah didapat bermanfaat bagi kemajuan UMKM minuman herbal Berkah Setia. Rekomendasi hasil pengabdian ialah perlu adanya pendampingan secara keberlanjutan kepada pelaku usaha yaitu Ibu Juwati dari UMKM minuman Herbal Setia, sehingga apa yang sudah dijalankan tidak berhenti di

tengah jalan dan dapat terus berjalan secara mandiri serta dapat terus berkembang. Sehingga manfaat yang diperoleh menjadi semakin maksimal yang dapat mempercepat pertumbuhan UMKM minuman herbal Berkah Setia.

### **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Artikel jurnal ini ditulis oleh Dwi Wijayanto NIM 2020101043, Ariska Heri Okkiyanto NIM 2020105004, Cesanur Iswanti Maulani NIM 2020101002, Rivansa Dibya Dermawan NIM 2020101056 berdasarkan hasil penelitian "*Pengenalan dan Pendampingan Shopee UMKM Minuman Herbal Berkah Setia melalui Digital Marketing Berbasis Marketplace Shopee untuk Menunjang Pemasaran dan Peningkatan Penjualan*" terhadap UMKM minuman herbal Berkah Setia milik Ibu Juwati yang diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "AMA" Salatiga didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan Ibu Rina Sari Qurniawati, SE., M.Sc. Dengan bekerja sama dengan pemerintah Desa Kadirejo Kecamatan Pabelan melalui program Kuiah Praktek Pemberdayaan Masyarakat 2024. Isi sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Wijoyo, Hadion. "Digitalisasi umkm pasca pandemic covid-19 di riau." Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara 12 (2020).
- Yustiani, Rini, and Rio Yunianto."Peran Marketplace Sebagai Alternatif Di Era Teknologi Informasi." *Komputia: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika* 6.2 (2017): 43-38.
- Saidani, Basrah, Lisa Monita Lusiana, and Shandy Aditya. "Analisis pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk minat pembelian ulang pada pelanggan Shopee." *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 10.2 (2019): 425-444.
- Feni, Jesia Hannanda Yosani Feni, et al. "IMPLEMENTASI E-COMMERCE SHOPEE SEBAGAI UPAYA PENERAPAN DIGITAL MARKETING PRODUK UMKM DI KELURAHAN KALIJUDAN." *PATIKALA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2.1 (2022): 454-462.