

PELATIHAN *E-COMMERCE SHOPEE* PADA PELAKU UMKM

Nur Wahyuning Sulistyowati^{1*}, Farida Styaningrum¹, Supri Wahyudi Utomo¹, Kelik Sussolaikah¹, Putri Puspita Sari¹, Marcela Lauren Iyansun¹

¹Universitas PGRI Madiun

[*nurwahyu@unipma.ac.id](mailto:nurwahyu@unipma.ac.id), faridastyaningrum@unipma.ac.id, supri@unipma.ac.id,
kelik@unipma.ac.id, putri_2202106024@mhs.unipma.ac.id,
marcela_2105101091@mhs.unipma.ac.id

ABSTRAK

Terbatasnya jangkauan pasar sebagai akibat dari metode penjualan yang masih tradisional dan kurangnya pengetahuan pelaku usaha terkait transformasi digital dalam memasarkan produk usahanya menyebabkan pertumbuhan UMKM menjadi terhambat. Oleh karena itu perlu adanya pelatihan pada pelaku UMKM sebagai solusi permasalahan mitra yang bertujuan untuk menambah wawasan dan keterampilan digital mengenai metode penjualan pelaku UMKM terhadap produk usahanya. Tiga tahapan yang dilalui tim yaitu perencanaan, penerapan, dan pengukuran. Pelatihan *e-commerce shopee* pada pelaku UMKM dilaksanakan di Balai Desa Mojopurno yang diikuti sebanyak 22 peserta. Hasil kegiatan pelatihan yaitu bertambahnya wawasan dan keterampilan digital para pelaku UMKM Desa Mojopurno mengenai *e-commerce shopee* yang meliputi (keunggulan, cara mendaftar, langkah-langkah daftar toko, upload produk di toko, cara berjualan, cara buka toko).

Kata Kunci: E-Commerce; Pelatihan; *Shopee*; UMKM

ABSTRACT

Limited market reach due to traditional sales methods and a lack of knowledge among business actors regarding digital transformation in marketing their business products has hindered the growth of MSMEs. Therefore, training is needed for MSME actors as a solution to partner problems that aim to increase insight and digital skills regarding MSME actors' sales methods for their business products. The team went through three stages: planning, implementation, and measurement. Shopee e-commerce training for MSME actors was held at the Mojopurno Village Hall and attended by 22 participants. The results of the training activities were increased insight and digital skills of MSME actors in Mojopurno Village regarding Shopee e-commerce, which includes (advantages, how to register, steps to register a shop, upload products to the shop, how to sell, how to open a shop).

Keywords: E-Commerce; Training; Shopee; MSME

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi yang begitu pesat, menjadi penting untuk dilakukan pengembangan transformasi digital terhadap UMKM di Indonesia. Peran penting UMKM sebagai penguat ekonomi Indonesia dan penyedia lapangan kerja (Wibowo, 2022; Ketut dkk., 2023; Godwin dkk., 2024); serta memberikan kontribusi terhadap PDB dan penyerap tenaga kerja nasional masing-masing 61% dan 97% (Widiati dan Saragih, 2025). Sebagaimana ungkapan Febima dkk. (2025) bahwa UMKM sebagai tulang punggung perekonomian dalam negeri yang berpotensi memasuki kancah global pasar internasional. Dalam konteks ini kemandirian perekonomian desa salah satunya dibangun dari sektor UMKM sebagai jalan menaikkan kemakmuran penduduk khususnya di Desa Mojopurno Kec. Ngariboyo Kab. Magetan yang memiliki beragam mata pencaharian meliputi petani, pedagang, buruh, PNS, dan pegawai swasta. Terdapat juga, beberapa kelompok usaha antara lain pembudidayaan ikan, usaha kulit, makanan, minuman, dan lain sebagainya.

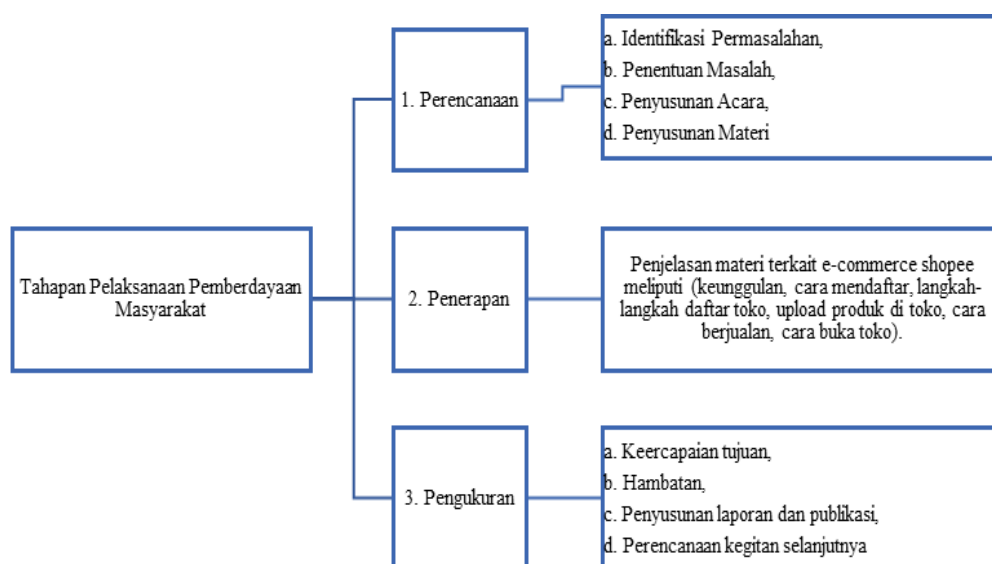
Terdapat kurang lebih 50 pengusaha kulit yang menghasilkan berbagai macam produk di Desa Mojopurno dan beberapa hasil UMKM meliputi *handmade*, *fashion*, kecantikan, dan bidang kuliner lainnya yang telah dihasilkan para pelaku UMKM dengan beragam variasi produk. Akan tetapi, masih kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital para pelaku UMKM Desa Mojopurno dengan penggunaan metode penjualan tradisonal, seperti halnya penjualan dilakukan melalui toko fisik, pasar lokal, dan promosi dari mulut ke mulut, yang dalam hal ini terjadinya keterbatasan jangkauan pasar. Pentingnya penjualan dan pemasaran dalam dunia bisnis sehingga sebuah perusahaan melakukan perbaikan dalam sistem penjualan dan pemasaran (Nasution dkk., 2023). Artinya, pesatnya pertumbuhan teknologi merupakan suatu keharusan bagi para pelaku UMKM untuk dapat menyesuaikan diri terhadap perkembangan teknologi dalam menghadapi persaingan pasar nasional maupun internasional. Pesatnya persaingan pasar dan perkembangan teknologi pengusaha diwajibkan menciptakan hal baru serta menyesuaikan diri (Valentina dkk., 2024).

Daya saing UMKM dapat ditingkatkan dengan menggunakan media digital (Marpaung dan Bakti, 2024). Artinya, perlunya peningkatan wawasan dan keterampilan digital untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dalam memperbaiki metode

penjualan para pelaku UMKM Desa Mojopurno salah satunya melalui *e-commerce shopee*. Sebagaimana terungkap oleh Putri dkk. (2022) bahwa *shopee* merupakan sebagian prospek UMKM dalam pemasaran dan pengembangan bisnis di era digital. Pemanfaatan teknologi digital UMKM sebesar 13% (Berliandaldo et al., 2020). Hasil survei yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dari identifikasi masalah dibutuhkan strategi digitalisasi bisnis dengan mengadakan kegiatan pelatihan *e-commerce shopee* pada pelaku UMKM yang bertujuan untuk menambah wawasan dan keterampilan digital mengenai metode penjualan pelaku UMKM terhadap produk usahanya yaitu pengetahuan *e-commerce shopee* yang meliputi (keunggulan, cara mendaftar, langkah-langkah daftar toko, upload produk di toko, cara berjualan, dan cara buka toko) sebagai upaya memperluas jangkauan pasar.

METODE

Pelatihan ini dilaksanakan pada Hari Minggu 12 Januari 2025 di Balai Desa Mojopurno. Pelaksanaan kegiatan terdiri 3 tahapan yaitu 1) perencanaan, 2) penerapan, 3) pengukuran yang tercantum pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Perencanaan, Penerapan, dan Pengukuran Pelatihan *E-Commerce Shopee*



Gambar 2. Materi Pelatihan *E-Commerce Shopee*



Gambar 3. Peserta Pelatihan *E-Commerce Shopee*

Gambar 2 dan Gambar 3 menunjukkan terlaksananya pelatihan yang dihadiri sebanyak 22 peserta kegiatan. Keseluruhan peserta berjenis kelamin perempuan sebagai pelaku UMKM, dan 86,4% belum pernah mendapatkan materi mengenai *e-commerce shopee*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penerapan pelatihan *e-commerce shopee* pada pelaku UMKM menjadi solusi pemerintahan organisasi Desa Mojopurno. Ketercapaian hasil pelatihan *e-commerce shopee* pada pelaku UMKM ditunjukkan dengan meningkatkan wawasan dan keterampilan digital pelaku UMKM terhadap produk usahanya sebagai upaya

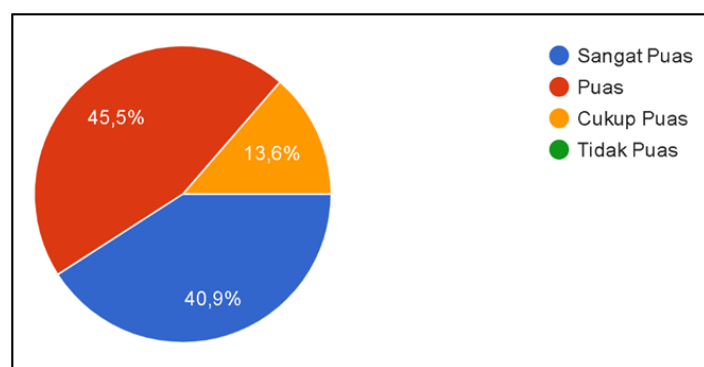
memperluas jangkauan pasar. Pertama, terlaksana pelatihan *e-commerce shopee* pada pelaku UMKM dapat meningkatkan pengetahuan mengenai: 1) *E-commerce shopee*; 2) Keunggulan *shopee*, 3) Cara mendaftar di *shopee*, 4) Langkah-langkah daftar toko *shopee*, 5) Upload produk di toko *shopee*, 6) Cara berjualan di toko *shopee*, dan 7) Cara buka toko di *shopee*. Seperti halnya Ketut dkk. (2023) dan Yusnita dkk., (2025) mengungkapkan bahwa pelatihan *e-commerce shopee* dapat menyumbang wawasan dan kecakapan pada pelaku UMKM. Artinya, pengetahuan para pelaku UMKM Desa Mojopurna meningkat seiring diberikannya pelatihan *e-commerce shopee*. Dengan demikian *e-commerce shopee* berperan penting dalam menambah wawasan pelaku UMKM dalam transformasi digital.

Kedua, terlaksananya kegiatan pendampingan setelah selesai dilaksanakan pelatihan dapat meningkatkan keterampilan digital yaitu bertambahnya jumlah akun *shopee* yang dimiliki pelaku UMKM sebelum pelatihan baru 5 akun dan setelah adanya pelatihan menjadi 14 akun dari 22 peserta pelatihan. Adanya pelatihan baru *e-commerce shopee*, yang berdampak pada terbentuknya strategi dalam memperluas jangkauan pasar melalui digitalisasi bisnis yaitu penggunaan *e-commerce shopee* sebagai metode penjualan. Sejalan dengan Rizqi dkk.; Nugroho dkk.; Santoso dkk. (2024); Mu'min dkk. (2025) mengungkapkan bahwa *shopee* dapat meningkatkan jangkauan pasar UMKM. Digital *shopee* dapat mempercepat pertumbuhan UMKM (Rahmawati dan Fasa, 2025). Kemampuan teknologi digitalisasi UMKM dapat ditingkatkan melalui penggunaan *shopee* (Bashiroh dkk., 2025). *Marketplace shopee* dapat memperluas jangkauan pemasaran produk (Sussolaikah dkk., 2022). Artinya, dalam digitalisasi bisnis diperlukan pelatihan dan pendampingan *e-commerce shopee* untuk memperluas jangkauan pasar sebagai metode penjualan produk UMKM di era digital.

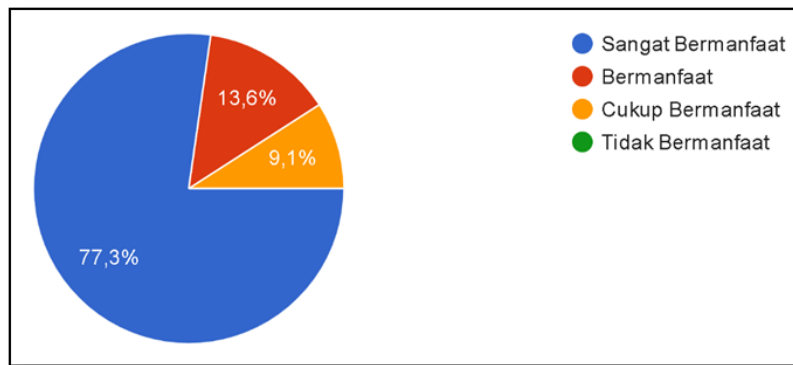
Pelaku UMKM mampu membuat akun *shopee* dengan benar, memahami cara mengatur profil toko atau usaha, serta melengkapi informasi yang relevan seperti nama, deskripsi produk, dan kategori produk, berhasil mengunggah produk secara konsisten dengan foto yang jelas, deskripsi yang informatif, dan harga yang kompetitif, sambil memanfaatkan fitur tambahan seperti promo, diskon, atau paket *bundling* untuk menarik pelanggan. UMKM di Desa Mojopurno bergelut dengan berbagai tantangan yang menghambat laju perkembangan usaha. Keterbatasan pengetahuan dan kemampuan

dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu kendala utama. Namun, melalui pelatihan *e-commerce shopee* oleh tim pengabdian kepada masyarakat Universitas PGRI Madiun yang menjalin kerja sama dengan Pemerintah Desa Mojopurno para pelaku UMKM dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dengan pemanfaatan *platform* digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM yang sebelumnya pelaku UMKM baru 13,6% pernah mendapat penjelasan materi terkait *e-commerce Shopee* sampai dengan langsung terlibat dalam sesi praktik membuat akun di *shopee*. Sebelum adanya pelatihan hanya terdapat 5 akun *e-commerce* di *shopee*, dan setelah program dilaksanakan, jumlah akun *shopee* meningkat dari 5 menjadi 14. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM semakin terampil aktif memanfaatkan *platform* digital untuk penjualan produk.

Pada penerapan pelatihan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya sekadar memiliki akun di *platform* digital, tetapi juga memahami cara menggunakannya. Adanya akun *e-commerce shopee* dapat berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk usahanya, yang sebelumnya menjadi kendala dalam pengembangan bisnis. Sedangkan evaluasi tingkat pemahaman peserta melalui sesi diskusi kelompok yang memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang dihadapi, dengan umpan balik positif dapat diartikan bahwa peserta pelatihan lebih siap untuk praktik dari pengetahuan yang didapat. Praktik dari demonstrasi peserta, menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi yang disampaikan 13,6% cukup puas; 45,5% puas; 40,9% sangat puas yang terdapat pada Gambar 4 dan tanggapan kebermanfaatannya pelatihan *e-commerce shopee* tercantum pada Gambar 5.



Gambar 4. Tanggapan Peserta Terhadap Penyampaian Materi Pelatihan



Gambar 5. Tanggapan Peserta Terhadap Kebermanfaatan Pelatihan

Pada Gambar 5 menunjukkan bahwa peserta pelatihan memberi tanggapan bahwa pelatihan *e-commerce shopee* pada pelaku UMKM yaitu sebesar 77,3% sangat bermanfaat, 13,6% bermanfaat, dan 9,1% cukup bermanfaat. Dengan demikian dapat dimaknai bahwa pelatihan tersebut sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM Ds. Mojopurno Kec. Ngariboyo Kab. Magetan pada khususnya, yang terbukti dari ketercapaian hasil kegiatan pelatihan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan daripada hasil dan pembahasan adalah dengan meningkatnya wawasan pelaku UMKM Desa Mojopurno Kec. Ngariboyo Kab. Magetan melalui pelatihan *e-commerce shopee* dapat menjadi menjadi dasar dilakukannya pendampingan yang berdampak pada meningkatnya keterampilan digital yaitu bertambahnya jumlah kepemilikan akun *shopee* oleh pelaku UMKM yang jumlah sebelum pelatihan 5 akun menjadi 14 akun setelah adanya pelatihan dan pendampingan dari 22 peserta sehingga lingkungannya lebih terbuka dalam penjualan produk UMKM Desa Mojopurno Magetan.

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu mengingat UMKM merupakan usaha yang turun temurun dari keluarga, dan dengan meningkatnya wawasan pelaku UMKM maka perlu adanya komitmen dalam penyampaian pengetahuan, serta dilakukan pelatihan pendampingan yang berkelanjutan untuk mengetahui perkembangan UMKM serta dilakukan pelatihan yang lebih luas mengingat di Desa Mojopurno memiliki 28 RT dan 4 RW terdiri dari beberapa dusun. Serta diadakan pemberdayaan masyarakat yang memiliki nilai jual sehingga dapat meningkatkan taraf hidup ekonomi masyarakat Mojopurno

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada berbagai pihak yaitu Universitas PGRI Madiun, Pengelola Jurnal D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, Pemerintah, beserta Pelaku UMKM Desa Mojopurno Kec. Ngariboyo Kab. Magetan, dan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah memberikan kerja sama, dukungan, fasilitas, peluang menjalankan aktivitas, serta menerbitkan hasil karya abdimas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bashiroh, A., Sholikhah, F., & Fitriyanti, A. (2025). Peningkatan Teknologi Digitalisasi UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing: Shopee. *Multidisciplinary*, 2(1), 612–624.
- Berliandaldo, M., Fasa, A. W. H., Kholiyah, S., Chodiq, A., & Hendrix, T. (2020). Transformasi Digital Dan Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Yang Adaptif Dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Analis Kebijakan*, 4(2), 54–73. <https://doi.org/10.4324/9781003294375-2>
- Febima, M., Asfi, M., Lukita, C., Magdalena, L., Hatta, M., Fahrudin, R., Parera, S. C., Winurcahyono, A., Putra, D. P. A., Wahyudi, N. N., & Mita, S. (2025). Utilizing the Shopee Marketplace Platform to Optimize MSMEs Business Strategies in the International Digital Economy. *Jumas : Jurnal Masyarakat*, 04(1), 138–146.
- Godwin, G., Raihana, S., Junaedi, P., & Hardini, M. (2024). Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin (ABDI Jurnal)*, 5(2), 41–47.
- Ketut, N., Pramesti, Y., Putu, I., & Pradhana, D. (2023). Pengembangan Umkm Melalui Pelatihan E-Commerce Di Kabupaten Badung. *Abdimas Galuh*, 5(1), 22–28.
- Marpaung, D., & Bakti, S. (2024). Tiktok dan Shopee Live: Solusi Transformasi Pemasaran dan Peningkatan Daya Saing UMKM Kacang Intip. *IRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (IRAJPKM)*, 1(3), 42–47.
- Mu'min, M. A., Safitri, Y., Alamin, Z., Sa'adati, Y., & Fathir. (2025). Pelatihan marketplace shopee untuk peningkatan keterampilan penjualan online. *TAROA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 42–48.

- Nasution, A. S., Hasibuan, D. N., Dalimunthe, W. M., & Silalahi, P. R. (2023). Peningkatan Kinerja Industri Makanan dan Minuman Melalui Transformasi Digital di Indonesia. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 165–176. <https://doi.org/10.30640/trending.v1i1.493>
- Putri, D. I. P., Yanti, A. F., Mi'raj, C., Sari, I. N., Novianti, P., & Aliffatarani, M. R. (2022). Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Digital di Provinsi Kalimantan Timur Melalui Kampus UMKM Shopee. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 6.
- Rahmawati, L. H., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi Digital: Peran E-Commerce (Shopee) Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia. *JIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(4), 3047–7824.
- Rizqi, H., Prasetyo, K., Sutrisna, L. W., Widyaningrum, S., & Sin, G. (2024). Pentingnya Pengembangan E-Commerce sebagai Strategi Digital Marketing. *Prosiding SENAM 2024: Ekonomi & Bisnis Vol 4, 4*, 213–220.
- Santoso, N. A., Redaputri, A. P., & Rizkyna, S. (2024). Pemanfaatan E - Commerce Shopee Sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Era Digital. *JURNAL CEMERLANG : Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 98–110.
- Sussolaikah, K., Sulistyowati, N. W., Wihartanti, L. V., Isharijadi, Wulandari, M. I., & Nugrahaningtyas, A. (2022). Pelatihan Marketplace Shopee Pada Home Industri. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 56–60. <https://doi.org/10.30997/qh.v8i2.5310>
- Valentina, A., Suryaningsih, S., Pangestoeti, W., Yahya, G. Y., & Rolisti, D. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dalam Rangka Penguatan Kapasitas UMKM Desa Ekang Anculai. *Khidmat: Journal of Community Service*, 1(1), 46–54. <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/khidmat/article/view/7084%0Ahttps://ojs.umrah.ac.id/index.php/khidmat/article/download/7084/2520>
- Wibowo, T. S. (2022). Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) Transformation in the Digital Market Era. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(10), 2253–2264. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i10.1690>
- Widiati, A., & Saragih, E. J. (2025). Digital Literacy Mentoring and Training Through Online Marketing for MSMEs. *ENGAGEMENT Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 09(01), 244–256.

Yusnita, N., Hendana, D., Sulistiyo, A., & Permana, H. (2025). Pengembangan Platform E-commerce dan Konten Media Sosial untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran UMKM Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan: JURANTAS*, 2(3), 200–210.