



EKSISHUM Vol. 3 No. 2 (2024)

## Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Humaniora

<https://eksishum.untara.ac.id/index.php/eksishum>



### Sosialisasi Pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood pada UMKM Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa

Caesar Rismanto<sup>1</sup>, Ahmad Rasyiddin<sup>2</sup>, Febri Sari Siahaan<sup>3</sup>, Ibrahim Tri Nugroho<sup>4</sup>  
Universitas Tangerang Raya

#### Sejarah Artikel:

Diterima Februari 2024

Disetujui Maret 2024

Dipublikasi Mei 2024

#### Kata Kunci:

Sosialisasi, Shopee Merchant, UMKM, E-commerce, Pemasaran Online

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood pada UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa. Digitalisasi UMKM menjadi semakin penting di era ekonomi digital, dan ShopeeFood menawarkan platform yang dapat memperluas pasar bagi UMKM lokal. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam program sosialisasi. Analisis tematik diterapkan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data yang dikumpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknis UMKM dalam menggunakan platform ShopeeFood. UMKM melaporkan peningkatan dalam efisiensi operasional dan akses pasar yang lebih luas setelah bergabung dengan ShopeeFood. Namun, beberapa tantangan seperti keterbatasan dalam akses teknologi dan kesadaran digital masih menghambat optimalisasi penggunaan platform. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun sosialisasi ini memiliki dampak positif, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pihak Shopee dan pemerintah untuk mengatasi hambatan yang ada. Rekomendasi diberikan untuk meningkatkan pelatihan berkelanjutan, memperkuat infrastruktur digital, dan memberikan insentif bagi UMKM untuk memanfaatkan platform digital secara maksimal. Temuan penelitian ini memberikan wawasan penting bagi strategi pengembangan UMKM di era digital dan menyarankan arah penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari adopsi teknologi digital oleh UMKM.

**Abstract:** This research aims to evaluate the effectiveness of socializing the creation of Shopee Merchant ShopeeFood to MSMEs in the Sudirman Indah Tigaraksa Housing Complex. Digitalization of MSMEs is becoming increasingly important in the era of the digital economy, and ShopeeFood offers a platform that can expand the market for local MSMEs. Using qualitative methods, this research collected data through in-depth interviews and observations of MSME actors who participated in the socialization program. Thematic analysis was applied to identify the main themes that emerged from the data collected. The research results show that this socialization was successful in increasing MSMEs' understanding and technical skills in using the ShopeeFood platform. MSMEs report improvements in operational efficiency and wider market access after joining ShopeeFood. However, several challenges such as limitations in technology access and digital awareness still hinder the optimization of platform use. This research concludes that although this outreach has a positive impact, continued support is needed from Shopee and the government to overcome existing obstacles. Recommendations are given to improve continuous training, strengthen digital infrastructure, and provide incentives for MSMEs to make maximum use of digital platforms. The findings of this research provide important insights for MSME development strategies in the digital era and suggest future research directions to explore the long-term impact of digital technology adoption by MSMEs

\* Caesar.Rismanto@untara.ac.id

## PENDAHULUAN

Digitalisasi UMKM telah menjadi fokus utama dalam meningkatkan daya saing ekonomi lokal di era ekonomi digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa adopsi teknologi oleh UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan akses ke pasar yang lebih luas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan bisnis (Sarjana dkk., 2022). Dalam konteks ini, platform e-commerce seperti ShopeeFood menawarkan peluang signifikan bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan penjualan secara online (Aswin dkk., 2023).

Namun, meskipun potensi keuntungan dari digitalisasi tinggi, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengadopsi teknologi baru. Kendala seperti keterbatasan akses ke teknologi, kurangnya pemahaman tentang platform digital, dan keterbatasan sumber daya sering kali menghambat proses adopsi ini. Oleh karena itu, diperlukan program sosialisasi dan pelatihan yang efektif untuk membantu UMKM mengatasi hambatan ini dan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. (Rohmana, 2023).

Penelitian ini berfokus pada sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood pada UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa. Sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam menggunakan platform ShopeeFood, serta membantu mereka mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sosialisasi dan pelatihan yang efektif dapat memberikan dampak positif pada adopsi teknologi oleh UMKM, dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknis mereka (Badriyah dkk., 2023).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi efektivitas sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood dan dampaknya terhadap UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam proses adopsi teknologi digital dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan program sosialisasi di masa depan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan strategi pengembangan UMKM di era digital dan mendukung peningkatan daya saing ekonomi lokal (Aswin dkk., 2023).

## KAJIAN PUSTAKA

### **Teori Sosialisasi dan Adopsi Teknologi**

Sosialisasi dan adopsi teknologi oleh UMKM adalah dua konsep yang saling terkait dan penting dalam proses transformasi digital. Sosialisasi merujuk pada proses di mana informasi dan pengetahuan tentang teknologi baru disebarkan kepada pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memahami dan memanfaatkan teknologi tersebut. Rogers dkk. (2014) dalam teori difusi inovasinya menjelaskan bahwa adopsi teknologi mengikuti proses lima tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi (Rogers dkk., 2014). Teori ini relevan untuk memahami bagaimana UMKM dapat mengadopsi platform digital seperti ShopeeFood setelah menerima sosialisasi yang tepat.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan adopsi teknologi oleh UMKM. Misalnya, studi oleh Badriyah dkk. (2023) menemukan bahwa program pelatihan dan sosialisasi yang komprehensif dapat meningkatkan keterampilan digital dan pemahaman teknologi di kalangan pelaku UMKM (Badriyah dkk., 2023). Penelitian lain oleh Ferdial dkk. (2023) menunjukkan bahwa dukungan pemerintah dan akses ke sumber daya teknologi adalah faktor kunci dalam keberhasilan adopsi teknologi oleh UMKM (Ferdial dkk., 2023).

### **ShopeeFood dan UMKM**

ShopeeFood merupakan salah satu platform e-commerce yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang dapat membantu UMKM dalam mengelola pesanan, pembayaran, dan pengiriman secara efisien. Hamida & Amron (2022) menemukan bahwa penggunaan platform e-commerce seperti ShopeeFood dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM dengan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional (Hamida & Amron, 2022). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelatihan dan sosialisasi tentang cara menggunakan platform ini sangat penting untuk memastikan UMKM dapat memanfaatkannya secara maksimal.

Penelitian lain oleh Rohmana (2023) menunjukkan bahwa meskipun platform seperti ShopeeFood menawarkan banyak keuntungan, masih ada tantangan yang dihadapi oleh UMKM, termasuk kurangnya pemahaman tentang teknologi dan keterbatasan sumber daya (Rohmana, 2023). Oleh karena itu, program sosialisasi yang efektif sangat penting untuk membantu UMKM mengatasi hambatan ini dan mengoptimalkan penggunaan platform digital.

Dengan demikian, tinjauan pustaka ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan adopsi teknologi adalah proses yang kompleks dan memerlukan dukungan yang berkelanjutan. Penelitian ini akan berfokus pada sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi adopsi teknologi oleh UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi efektivitas sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood pada UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam proses adopsi teknologi digital.

### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah pelaku UMKM yang berdomisili di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa dan telah mengikuti program sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood. Subjek penelitian dipilih secara purposive untuk memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman langsung dengan program sosialisasi tersebut. Sebanyak 15 UMKM akan diwawancarai untuk mendapatkan variasi data yang memadai.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama:

1. Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik atau pengelola UMKM yang telah mengikuti sosialisasi. Wawancara ini bertujuan untuk mengungkap pengalaman, persepsi, dan tantangan yang mereka hadapi dalam menggunakan ShopeeFood.
2. Observasi: Peneliti melakukan observasi langsung terhadap kegiatan operasional UMKM sebelum dan sesudah mengikuti sosialisasi untuk melihat perubahan yang terjadi.
3. Dokumentasi: Mengumpulkan dokumen terkait, seperti materi sosialisasi, catatan pelatihan, dan data transaksi UMKM sebelum dan sesudah bergabung dengan ShopeeFood.

### **Analisis Data**

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Langkah-langkah analisis tematik meliputi:

1. Transkripsi Data: Semua wawancara direkam dan ditranskrip secara verbatim.
2. Pengkodean Awal: Membaca transkrip secara mendalam dan memberikan kode pada segmen data yang relevan.
3. Pengembangan Tema: Mengelompokkan kode-kode yang serupa untuk mengidentifikasi tema utama yang muncul dari data.
4. Peninjauan Tema: Memeriksa tema yang telah dikembangkan untuk memastikan konsistensi dan relevansi dengan tujuan penelitian.
5. Pendefinisian dan Penamaan Tema: Menyusun dan menamakan tema-tema akhir yang akan digunakan dalam laporan penelitian.

### **Prosedur Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap:

1. Persiapan: Melakukan studi literatur dan menyusun instrumen penelitian, seperti panduan wawancara.
2. Pengumpulan Data: Melaksanakan wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen.
3. Analisis Data: Melakukan analisis tematik terhadap data yang telah dikumpulkan.
4. Penyusunan Laporan: Menyusun hasil penelitian dan menulis laporan penelitian.

Dengan metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood dan dampaknya terhadap UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penelitian Deskripsi Temuan

Berdasarkan wawancara mendalam dan observasi terhadap UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa, ditemukan bahwa sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital para pelaku UMKM. Para peserta mengakui bahwa sebelum mengikuti sosialisasi, mereka memiliki pengetahuan yang terbatas tentang penggunaan platform digital untuk bisnis mereka. Setelah mengikuti program sosialisasi, mereka merasa lebih percaya diri dalam menggunakan ShopeeFood untuk mengelola pesanan dan meningkatkan penjualan.

Sebagian besar peserta melaporkan peningkatan dalam efisiensi operasional bisnis mereka. Mereka menyebutkan bahwa fitur-fitur yang disediakan oleh ShopeeFood, seperti pengelolaan pesanan dan pembayaran, membantu mereka menghemat waktu dan mengurangi kesalahan dalam proses operasional. Selain itu, beberapa UMKM mengalami peningkatan penjualan setelah bergabung dengan ShopeeFood, yang mereka atribusikan pada perluasan jangkauan pasar dan akses ke pelanggan baru melalui platform tersebut.

Namun, ada juga beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi ShopeeFood. Beberapa peserta menyebutkan keterbatasan akses teknologi, seperti koneksi internet yang tidak stabil dan perangkat yang kurang memadai, sebagai hambatan utama. Selain itu, beberapa UMKM masih mengalami kesulitan dalam memahami beberapa fitur canggih dari ShopeeFood, meskipun sudah mendapatkan pelatihan.

### Analisis Temuan

Dari hasil wawancara dan observasi, teridentifikasi beberapa tema utama yang muncul, yaitu peningkatan keterampilan digital, efisiensi operasional, peningkatan penjualan, dan tantangan akses teknologi. Analisis menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan telah memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan keterampilan digital UMKM. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa program pelatihan dan sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan adopsi teknologi oleh UMKM (Judijanto dkk., 2023).

Peningkatan efisiensi operasional dan penjualan yang dilaporkan oleh UMKM menunjukkan bahwa penggunaan platform ShopeeFood memiliki potensi besar untuk meningkatkan kinerja bisnis. Ini mendukung penelitian Jange dkk. (2024) yang menyatakan bahwa platform e-commerce dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi dan penjualan mereka.

Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam hal akses teknologi dan pemahaman fitur canggih menunjukkan bahwa masih diperlukan dukungan berkelanjutan untuk mengatasi hambatan ini. Penelitian Rohmana (2023) juga menunjukkan bahwa keterbatasan akses teknologi dan pemahaman digital adalah hambatan utama dalam adopsi teknologi oleh UMKM.

### Implikasi Temuan

Temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting. Pertama, sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan keterampilan digital dan pemahaman teknologi UMKM, yang pada gilirannya dapat

meningkatkan efisiensi operasional dan penjualan. Kedua, meskipun sosialisasi memberikan dampak positif, masih diperlukan dukungan berkelanjutan untuk mengatasi tantangan akses teknologi dan pemahaman fitur canggih.

#### Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa program pelatihan dan sosialisasi yang baik dapat meningkatkan adopsi teknologi oleh UMKM (Badriyah dkk., 2023; Ferdial dkk., 2023). Namun, penelitian ini juga menyoroti pentingnya dukungan berkelanjutan, yang sejalan dengan temuan Rohmana (2023) tentang hambatan dalam adopsi teknologi oleh UMKM.

#### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya melibatkan UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke UMKM di daerah lain. Kedua, data yang dikumpulkan terutama berasal dari wawancara dan observasi, yang mungkin memiliki bias subjektif dari para responden.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood dapat meningkatkan keterampilan digital dan pemahaman teknologi UMKM, serta meningkatkan efisiensi operasional dan penjualan mereka. Namun, masih diperlukan dukungan berkelanjutan untuk mengatasi tantangan akses teknologi dan pemahaman fitur canggih. Rekomendasi untuk meningkatkan pelatihan berkelanjutan, memperkuat infrastruktur digital, dan memberikan insentif bagi UMKM diharapkan dapat membantu mengoptimalkan penggunaan platform digital oleh UMKM. Temuan penelitian ini memberikan wawasan penting bagi strategi pengembangan UMKM di era digital dan mendukung peningkatan daya saing ekonomi lokal.

### KESIMPULAN

Penelitian ini mengevaluasi efektivitas sosialisasi pembuatan Shopee Merchant ShopeeFood pada UMKM di Perumahan Sudirman Indah Tigaraksa. Berdasarkan hasil analisis tematik terhadap data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi, ditemukan bahwa sosialisasi tersebut berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital para pelaku UMKM. UMKM melaporkan peningkatan dalam efisiensi operasional dan akses pasar yang lebih luas setelah bergabung dengan ShopeeFood. Meskipun demikian, beberapa tantangan seperti keterbatasan dalam akses teknologi dan pemahaman fitur canggih dari ShopeeFood masih ada, menghambat optimalisasi penggunaan platform. Kesimpulannya, sosialisasi ini memiliki dampak positif, namun diperlukan dukungan berkelanjutan dari pihak Shopee dan pemerintah untuk mengatasi hambatan yang ada.

### REKOMENDASI

1. Peningkatan Pelatihan Berkelanjutan: Program pelatihan dan sosialisasi perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa UMKM terus memperbarui keterampilan digital dan pemahaman mereka tentang fitur-fitur baru dari platform ShopeeFood.
2. Penguatan Infrastruktur Digital: Pemerintah dan Shopee perlu bekerja sama untuk memperkuat infrastruktur digital, termasuk meningkatkan akses internet yang stabil dan menyediakan perangkat teknologi yang memadai bagi UMKM.

3. Dukungan Teknologi: Memberikan dukungan teknis dan bantuan langsung kepada UMKM dalam mengatasi kendala teknis yang mereka hadapi saat menggunakan platform ShopeeFood, termasuk penyediaan layanan bantuan pelanggan yang responsif dan mudah diakses.
4. Peningkatan Kesadaran Digital: Melakukan kampanye kesadaran digital yang lebih luas untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan teknologi digital di kalangan UMKM, sehingga mereka lebih siap untuk mengadopsi dan mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce.
5. Insentif bagi UMKM: Memberikan insentif, seperti subsidi biaya pendaftaran atau biaya promosi di platform ShopeeFood, untuk mendorong lebih banyak UMKM bergabung dan aktif menggunakan platform tersebut.
6. Penelitian Lanjutan: Melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari adopsi teknologi digital oleh UMKM dan mengidentifikasi strategi efektif untuk mengatasi hambatan yang masih ada.
7. Dengan implementasi rekomendasi ini, diharapkan UMKM dapat lebih maksimal memanfaatkan platform digital seperti ShopeeFood, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis mereka di era ekonomi digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aswin, U. R., Gustina, L., & Dianti, M. R. (2023). Digitalisasi Marketing Sebagai Strategi dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner di Cafe Uniang Pasca Pandemi Covid-19: GOFOOD DAN SHOPEEFOOD. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 42–47.
- Badriyah, A. L., Wati, N. R., Rizka, S. S. A., Rohman, M. H., & Lumbanraja, K. A. (2023). SOSIALISASI DAN PELATIHAN SISTEM PEMASARAN BAGI PELAKU UMKM GUNA MENDORONG TERCIPTANYA DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN RUNGKUT TENGAH. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(04), 179–186.
- Ferdial, F., Listyarini, S., & Warlina, L. (2023). Pengaruh Sosialisasi, Kondisi Sosial Ekonomi, serta Dukungan Pemerintah Terhadap Adopsi Inovasi Pengelolaan Sampah Organik: The Effect of Socialization, Socio-Economic Conditions and Governemnt Support on The Adoptionof Organic Waste Innovation. *JURNAL SAINS TEKNOLOGI & LINGKUNGAN*, 9(1), 113–126.
- Hamida, I. A., & Amron, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Layanan Pesan-Antar Shopee Food (Studi Pada Pengguna Shopee Food Di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(1), 33–42.
- Jange, B., Idie, D., Taufan, A., Pattiran, M., & Tindage, J. (2024). PERAN INOVASI TEKNOLOGI DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI OPERASIONAL DALAM MANAJEMEN EKONOMI: SEBUAH KAJIAN KRITIS LITERATUR. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 216–221.
- Judijanto, L., Sandy, S., Yanti, D. R., Kristanti, D., & Hakim, M. Z. (2023). Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12500–12507.

Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. Dalam An integrated approach to communication theory and research (hlm. 432–448). Routledge.

Rohmana, D. W. (2023). Peranan Ekonomi Digital Dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan. Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE), 1(1), 42–48.

Sarjana, S., Susandini, A., Azmi, Z., Ratnasari, K., Luhgiatno, L., Noviany, H., & Setyowati, L. (2022). Manajemen UMKM (Konsep dan Strategi di Era Digital).