



PENGUNAAN APLIKASI SHOPEE DALAM MENDUKUNG PEMASARAN PADA UMKM KOPI MANGROVE PRIMANG

Oleh

Septilia Arfida¹, Hariyanto Wibowo², Gabriel Turnip³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Jalan Z.A. Pagar Alam No. 93, Bandar Lampung - Indonesia 35142

E-mail: ¹septilia@darmajaya.ac.id, ²hariwib@darmajaya.ac.id

Article History:

Received: 19-09-2025

Revised: 19-10-2025

Accepted: 22-10-2025

Keywords:

UMKM Kopi

Mangrove Primang,

Aplikasi Shopee,

Penjualan

Abstract: Kegiatan Pengabdian pada masyarakat adalah salah satu dari tridarma dosen untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat umum. Salah satu sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Lampung Selatan tepatnya di Desa Sanggi Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang yang sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pendapatan daerah. Salah satunya adalah UMKM Kopi Mangrove Primang yang didirikan oleh Keluarga Sri Sundari dengan produk Kopi Mangrove. Dimana UMKM ini memerlukan pemanfaatan teknologi yang didukung oleh sebuah Aplikasi yaitu Shopee, dalam meningkatkan penjualan pada UMKM.

PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian pada masyarakat adalah salah satu dari tridarma dosen untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat umum. Salah satu sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Lampung Selatan tepatnya di Desa Sanggi Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang yang sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Selain itu UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur serta memberikan kontribusi besar bagi pendapatan daerah juga pendapatan daerah Provinsi Lampung bahkan negara.

Salah satu UMKM yang berada di Lampung Selatan adalah UMKM Kopi Mangrove Primang dengan produk berupa Kopi Mangrove yang terletak di Desa Sanggi Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Kopi Mangrove Desa Sanggi ini menggunakan bahan dasar buah mangrove, bahan utama pembuatan kopi dan sirup ini memanfaatkan sumber daya alam yang berada pada pesisir pantai dari pohon mangrove yang telah berbuah. Usaha ini merupakan inovasi baru dari UMKM namun informasi seputar UMKM tersebut masih jarang diketahui oleh masyarakat luas karena pemasaran yang dilakukan hanya berada pada area sekitar Desa Sanggi saja, tidak dilakukan pemasaran secara online. Sehingga jangkauan yang tertuju tidak dapat meluas. UMKM ini memerlukan adanya inovasi

dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan penggunaan Aplikasi Shopee.

Aplikasi adalah perangkat lunak yang dibuat untuk menjalankan fungsi atau tugas tertentu yang membantu pengguna dalam menyelesaikan pekerjaan atau kegiatan, baik secara personal maupun profesional, melalui perangkat komputer atau mobile. Aplikasi dapat mencakup berbagai jenis, seperti aplikasi perkantoran, multimedia, komunikasi, hingga hiburan [1].

Shopee.com adalah pasar online yang memfasilitasi pembelian dan penjualan yang mudah, menawarkan berbagai fitur promosi seperti voucher dan penjualan flash. Dengan menyediakan platform yang ramah pengguna dan akses pasar yang luas [2].

Perkembangan teknologi informasi saat ini berlangsung sangat cepat. Teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras atau lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi [3]. Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau mendatang[4]. Keberadaan sebuah informasi yang setiap saat dapat diakses, cepat, dan akurat menjadi hal yang sangat penting.

Penggunaan teknologi informasi saat ini ada dalam segala bidang salah satunya adalah dengan diterapkannya inovasi untuk pemasaran produk dalam hal ini produk Kopi Mangrove pada UMKM Kopi Mangrove Primang milik Keluarga Sri Sundari.

Salah satu perangkat yang dapat mendukung dalam mengakses informasi dengan cepat adalah telepon pintar Android yang merupakan salah satu contoh penggunaan teknologi informasi dalam dunia usaha.

Android merupakan sebuah sistem operasi yang berbasis *Linux* untuk perangkat *portable* seperti *smartphone* dan komputer tablet. Android menyediakan *platform* terbuka bagi *programmer* untuk mengembangkan aplikasi sendiri pada berbagai perangkat dengan sistem operasi Android [5].

Sehingga dengan adanya inovasi penjualan dengan penggunaan Aplikasi Shoppe maka dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Kopi Mangrove Primang milik Keluarga Sri Sundari. Selain itu UMKM juga dapat menjadi lebih produktif lagi dengan adanya dukungan inovasi penjualan yang menggunakan teknologi.

MASALAH

Berdasarkan observasi yang dilakukan kepada mitra, ada beberapa masalah yang dihadapi antara lain:

1. Permasalahan dalam UMKM Kopi Mangrove Primang milik Keluarga Sri Sundari tersebut adalah mengenai pola pikir dalam memasarkan produknya agar tetap terus berlanjut.
2. Permasalahan pola pikir dalam meningkatkan promosi UMKM Kopi Mangrove Primang untuk bisa meningkatkan pendapatan dengan memaksimalkan penggunaan teknologi.
3. Permasalahan pola pikir pada UMKM Kopi Mangrove Primang milik Keluarga Sri Sundari dalam menerapkan metode pemasaran melalui penggunaan teknologi.



METODE PELAKSANAAN

Artikel terkait UMKM yang memberikan inovasi dalam memasarkan produk, serta meningkatkan promosi dalam pemanfaatan Shopee dan Media Sosial adalah sebagai berikut:

Pemanfaatan platform e-commerce Shopee untuk meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM di Surabaya. Ini menyoroti pelatihan dan pendampingan yang meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola toko online dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, yang mengarah pada peningkatan penjualan dan jangkauan pasar [6].

Marketplace Shopee adalah platform online yang memfasilitasi transaksi bisnis antara pembeli dan penjual, menawarkan pengalaman yang disesuaikan untuk setiap wilayah. Ini meningkatkan penjualan UMKM di Sananwetan dengan menyediakan belanja online yang mudah, aman, dan cepat didukung oleh pembayaran dan logistik yang kuat[7].

Pemanfaatan marketplace Shopee membantu pelaku UMKM Batik Kampung Tematik Durenan Indah Semarang dalam meningkatkan penjualan melalui sosialisasi pengelolaan penjualan dan strategi pemasaran, sehingga dapat meraih lebih banyak konsumen secara online dan meningkatkan keuntungan[8].

Pemanfaatan marketplace Shopee.com memungkinkan UMKM di Desa Pongangan untuk beralih dari penjualan konvensional ke platform online. Pelatihan yang diberikan meliputi pendidikan pemasaran digital, membuat toko online, dan fotografi produk yang efektif, meningkatkan kemampuan promosi mereka dan meningkatkan penjualan[9].

Kemudahan penggunaan pasar Shopee secara signifikan mempengaruhi minat membeli siswa. Teknik pemasaran digital yang efisien, termasuk media sosial dan iklan online, semakin meningkatkan keterlibatan dan niat pembelian di antara mahasiswa bisnis digital[10].

Marketplace Shopee.com menekankan kenyamanan, kecepatan, dan keragaman produk, secara efektif mengatasi hambatan jarak dan ruang. Ini membangun kepercayaan pelanggan melalui kualitas hubungan, reputasi, dan keamanan, yang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas di pasar digital[11].

Makalah ini menganalisis dampak kualitas produk, harga, dan promosi pada keputusan pembelian di pasar Shopee, menyoroti bagaimana faktor-faktor ini menarik minat konsumen dan memfasilitasi belanja online, sehingga meningkatkan pengalaman belanja secara keseluruhan[12].

Shopee, platform e-commerce terbesar di Indonesia, mencatat 26,92 juta pengguna aktif harian pada Agustus 2021, dengan total 130 juta pengguna aktif pada akhir 2021, menyoroti pemanfaatan pasar dan keterlibatan pelanggan yang signifikan[13].

Pemanfaatan Shopee sebagai platform e-commerce untuk menjual produk. Ini menyoroti pelatihan untuk wanita pengrajin batik, memungkinkan mereka untuk membuat toko online "Goluak Loge" dan secara efektif menampilkan produk mereka, meningkatkan keterampilan pemasaran digital mereka[14].

Penelitian ini mengevaluasi penerimaan pengguna aplikasi marketplace Shopee sebagai media belanja online, dengan fokus pada variabel Kemudahan Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Sikap Terhadap Penggunaan yang berpengaruh terhadap Intensitas Perilaku Penggunaan pengguna aplikasi tersebut[15].

Pasar Shopee memfasilitasi transaksi online yang mudah dan beragam, meningkatkan penjualan untuk bisnis seperti Hyunbina Collection. Fitur promosi dan strategi penjualan

yang efektif secara signifikan meningkatkan keuntungan penjual, menjadikannya platform yang ideal untuk menjual berbagai produk, termasuk tas wanita[16].

Pemanfaatan market place Shopee.com dalam pelatihan pemasaran online di SMK Pawiyatan Surabaya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang strategi pemasaran dan penjualan, serta mengoptimalkan komunikasi dengan konsumen di tengah pandemi Covid-19 untuk meningkatkan omset penjualan[17].

Pemanfaatan marketplace Shopee.com oleh pelaku UMKM di Desa Gentong meliputi pelatihan pemasaran digital, pembuatan produk olahan tahu, dan sertifikasi halal, yang meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menjual produk secara online, serta berpotensi meningkatkan pendapatan[18].

Marketplace Shopee.com diperkenalkan untuk mendukung UMKM di Kampung Margajaya Pakulonan dengan meningkatkan pemasaran produk melalui penjualan online. Ini bertujuan untuk memaksimalkan penjualan dan keuntungan, membantu pengusaha menjadi lebih kompeten dan profesional dalam praktik bisnis mereka selama pandemi[19].

Media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, meningkatkan visibilitas, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan untuk UMKM seperti HNTnugraheniBoutique Fashion. Konten kreatif secara efektif menangkap perhatian konsumen, menyoroti pentingnya mengoptimalkan strategi media sosial untuk pengembangan pemasaran di sektor ini. [20]

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra yaitu UMKM Kopi Mangrove Primang milik Keluarga Sri Sundari, maka solusi yang ditawarkan kepada UMKM adalah dengan memberikan inovasi dalam memasarkan produk, meningkatkan promosi yang dapat mendukung naiknya penjualan produk serta menerapkan metode pemasaran melalui penggunaan teknologi.

Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan dalam Pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan Persiapan

- a. Kunjungan konsultasi ke UMKM Kopi Mangrove Primang milik Keluarga Sri Sundari
- b. Merumuskan dan menentukan solusi bagi UMKM Kopi Mangrove Primang

2. Kegiatan Pelaksanaan

- a. Pengumpulan kebutuhan

Kunjungan ke UMKM Kopi Mangrove Primang untuk melakukan diskusi tentang hasil rumusan masalah mengenai pemanfaatan teknologi pada penjualannya.

- b. Perancangan

Mengatur tampilan untuk inovasi penjualan bagi UMKM Kopi Mangrove Primang

- c. Mengenalkan dan memasarkan produk UMKM olahan Kopi Mangrove kepada pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

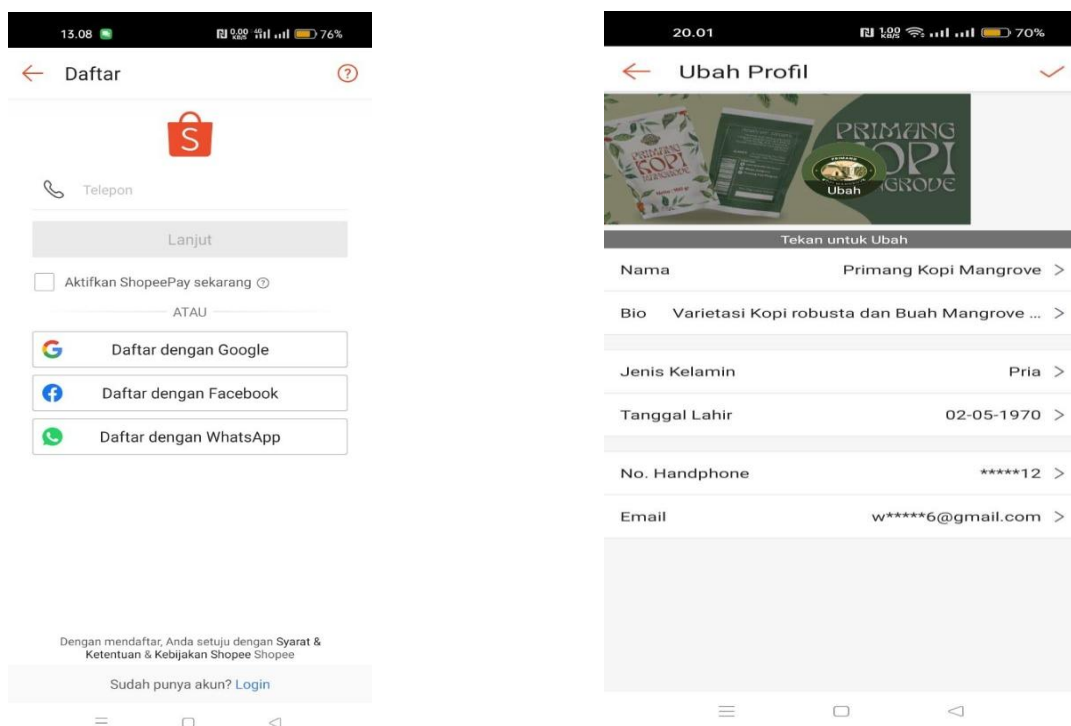
Gambar 1 berikut merupakan pengantaran mahasiswa PKPM di Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Lampung Selatan:



Gambar 1. Pengantaran Mahasiswa PKPM di Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran Lampung Selatan

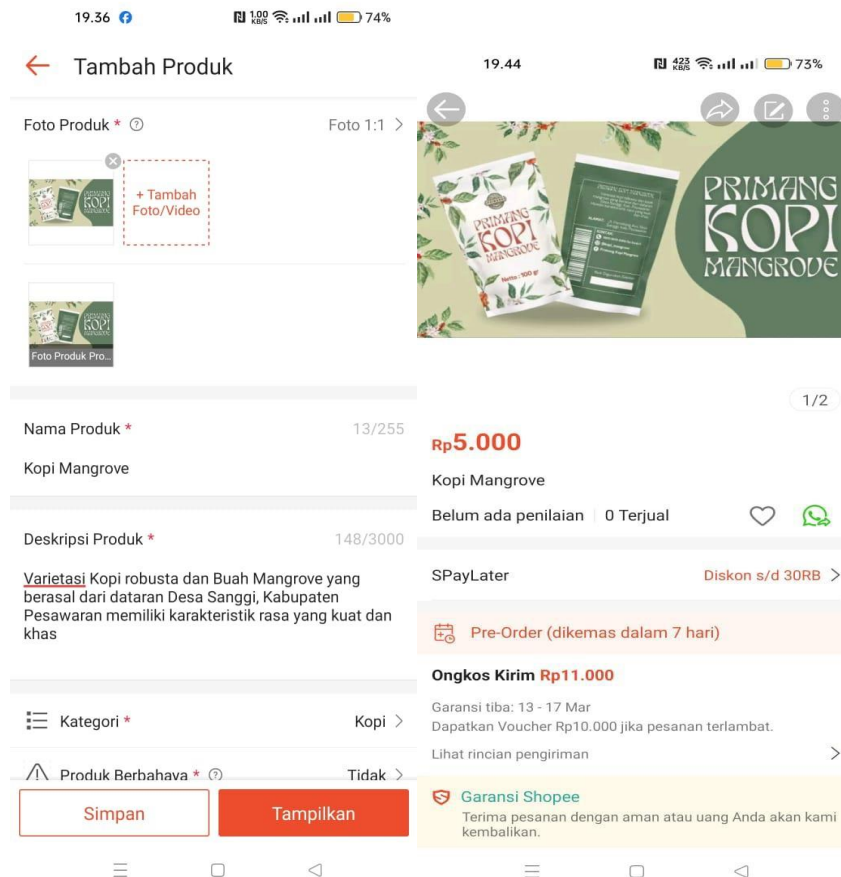
Hasil dari penggunaan teknologi pada inovasi penjualan bagi UMKM Kopi Mangrove Primang adalah sebagai berikut:

1. Pada tahap pertama, membuat akun shopee bagi pemilik UMKM Keluarga Sri Sundari.



Gambar 2. Pembuatan Akun Shopee

2. Tahap ke dua, membuat Market Place Shopee:



Gambar 3. Pemasaran Market Place Shopee

3. Tahap ke tiga dalam kegiatan ini adalah memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM tentang tata cara penggunaan akun pada Aplikasi Shopee, yang telah dibuat.

Pembahasan

Gambar 4 berikut ini merupakan kegiatan Pemaparan Program Kerja:



Gambar 4. Pemaparan Program Kerja

Media pemasaran *online* sangat dibutuhkan oleh penjual dikarenakan dapat mempermudah penjual dalam melakukan pemasaran produk. Memasarkan produk yang



dimiliki melalui jasa penjualan *online* adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Kurangnya tenaga kerja pada UMKM, maka harus memfokuskan pada satu Aplikasi untuk memaksimalkan kinerja pemasaran *online* salah satunya adalah penggunaan Aplikasi Shopee. Shopee menjadi hal yang mudah untuk dipahami serta dapat dimaksimalkan dalam penjualan produk.

Pemasaran UMKM Kopi Mangrove Primang adalah dengan pemanfaatan teknologi dari Market Place sehingga dapat dikenal secara luas serta meningkatkan penjualan produk. Di samping itu sebagai media untuk mempromosikan produk dari UMKM Kopi Mangrove Primang dan pelaku UMKM lebih dapat memahami dalam penggunaan Aplikasi Shopee.

KESIMPULAN

Hasil dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan pada UMKM Kopi Mangrove Primang, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Pemilik UMKM Kopi Mangrove Primang, memiliki media sosial yang dapat membantu promosi usahanya.
2. UMKM Kopi Mangrove Primang telah mempunyai logo atau merek sendiri.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tim Redaksi yang telah memberi kesempatan, sehingga artikel pengabdian ini dapat diterbitkan.

DAFTAR REFERENSI

- [1] J. Hartono, *Sistem teknologi informasi bisnis: Pendekatan strategis*. Penerbit Salemba, 2024.
- [2] R. Fachrina and Z. M.Nawawi, "Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelana," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, vol. 2, no. 2, pp. 247–254, Sep. 2022, doi: 10.36908/jimpa.v2i2.75.
- [3] A. KADIR and T. C. H. Triwahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi*, Revisi. Andi, 2013.
- [4] H. Al Fatta, *Analisis & Perancang Sistem Informasi*. Andi, 2012.
- [5] Kasman, Akhmad Dharma. 2013. Kolaborasi Dahsyat Android PHP & Mysql.
- [6] N. E. Nugroho, K. E. Cahyono, P. B. Mahargiono, and O. A. Suryawirawan, "Pemanfaatan Marketplace Shopee untuk UMKM di Kelurahan Kebonsari, Jambangan, Kota Surabaya Melalui Pendampingan dan Pelatihan Pemasaran Online," *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 4, pp. 435–444, Nov. 2024, doi: 10.61231/jp2m.v2i4.294.
- [7] W. Nurbayzura *et al.*, "Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kelurahan Sananwetan Kota Blitar," *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, vol. 2, no. 2, pp. 1347–1352, Jul. 2022, doi: 10.58466/literasi.v2i2.577.
- [8] S. Asmiatun, S. R. Cholil, and V. G. Utomo, "Pemanfaatan Marketplace Shopee Untuk Keberlangsungan UMKM Batik Kampung Tematik Durenan Indah Semarang," *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, vol. 2, no. 1, pp. 13–18, May 2022, doi: 10.25008/abdiformatika.v2i1.146.
- [9] D. Purnamasari, H. A. D. Rani, H. Prasetyani, and K. Kurniawati, "Pelatihan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Pada Pelaku UMKM Desa Pongangan Gunung Pati," *TEMATIK*,

- vol. 4, no. 2, p. 18, Jul. 2024, doi: 10.26623/tmt.v4i2.9831.
- [10] H. Afifah, L. Jasmien, M. Qisthi, R. Ihsan, and Syti Sarah Maesaroh, "Pengaruh Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital," *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol. 16, no. 1, pp. 157–167, May 2023, doi: 10.51903/e-bisnis.v16i1.1148.
- [11] S. N. Halizah, A. Infante, and D. Darmawan, "Keterbentukan Kepercayaan Pelanggan Shopee Melalui Kualitas Hubungan, Reputasi dan Keamanan Marketplace," *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, vol. 4, no. 1, pp. 256–261, Aug. 2022, doi: 10.47065/ekuitas.v4i1.1712.
- [12] Suci Salira Ayatusifa, Mohammad Orinaldi, and Agusriandi Agusriandi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee," *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol. 1, no. 3, pp. 138–155, Aug. 2023, doi: 10.59059/jupiekes.v1i3.335.
- [13] A. Afnan, Y. P. Yustisi, and R. A. N. Trisnanda, "Marketplace application success analysis using Modified Delone McLean," *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, vol. 16, no. 1, p. 32, May 2023, doi: 10.26623/jreb.v16i1.6014.
- [14] N. Aqualdo, C. E. Kurniasih, and R. Budiartiningih, "PERLUASAN PEMASARAN PRODUK DENGAN PEMANFAATAN PLATFORM E-COMMERCE MELALUI MARKETPLACE PADA USAHA MASYARAKAT KECAMATAN SINGINGI," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 8, no. 2, p. 1581, Mar. 2024, doi: 10.31764/jmm.v8i2.21477.
- [15] B. N. Azalia and S. Susanti, "PENERIMAAN PENGGUNA APLIKASI MARKETPLACE SHOPEE SEBAGAI MEDIA BELANJA ONLINE (TAM)," 2021. [Online]. Available: <http://eprosiding.ars.ac.id/index.php/psi>
- [16] Laila Fitria and Zuhrihal M. Nawawi, "PENGARUH PEMANFAATAN APLIKASI SHOPEE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN HYUNBINA COLLECTION," *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 92–98, Jan. 2023, doi: 10.55606/cemerlang.v3i1.703.
- [17] K. E. Cahyono, P. B. Mahargiono, N. E. Nugroho, and O. A. Suryawirawan, "Pelatihan Pemasaran Online dengan Memanfaatkan Market Place dan Strategi Meningkatkan Penjualan Pada Siswa SMK Pawiyatan Surabaya," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, p. 20, May 2022, doi: 10.53712/ngu.v2i1.1564.
- [18] H. Rokhaniyah, M. S. Retnowati, and D. Ardiyanti, "Pemanfaatan Marketplace E-Commerce untuk Pelaku UMKM Keripik Tahu Desa Gentong, Ngawi," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, vol. 7, no. 1, pp. 184–192, Jan. 2024, doi: 10.30591/japhb.v7i1.6112.
- [19] D. Setiono, D. Kusumaningsih, R. Rusdah, A. Pudoli, Y. Yulianawati, and M. Syafrullah, "SOSIALISASI PEMANFAATAN MARKETPLACE (SHOPEE DAN APLIKASI GRAB) UNTUK MENUNJANG PEMASARAN PRODUK UMKM DI KAMPUNG MARGA JAYA PAKULONAN," *Artinara*, vol. 1, no. 03, pp. 09–14, Jun. 2022, doi: 10.36080/an.v1i03.20.
- [20] B. Safitri and A. M. A. Pabulo, "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM," vol. 1, no. 3, pp. 110–114, Jul. 2024, doi: 10.62383/aksinyata.v1i3.327.