

TRANSFORMASI DIGITAL UMKM: MENGOPTIMALKAN KINERJA PENJUALAN SAYFUL COLLECTION MELALUI APLIKASI SHOPEE

Innaiyah Nurul Azizah¹, Rafi'ah Nur Muflih², Meilani Sukma Ayu³, Amelia Dwikurnia Cahyani⁴, Sayful Saputra⁵, Tahiruddin⁶, Maulana Arafaur Rasyidin⁷, Shinta Abdul Rahman⁸

innaiyah08@gmail.com¹, rafiahnurmuflih@gmail.com², meilaniayu165@gmail.com³,
ameliadwikurniacahyani@gmail.com⁴, sayfulsaputra552@gmail.com⁵,
tahiruddintahiruddin081@gmail.com⁶, tikus.kantorr13@gmail.com⁷

IAIN Fattahul Muluk Papua

ABSTRAK

Transformasi digital merupakan langkah strategis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing dan kinerja penjualan di tengah perkembangan teknologi informasi. Pemanfaatan platform e-commerce, khususnya Shopee, menjadi salah satu bentuk adaptasi digital yang banyak diterapkan oleh UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi digital UMKM dalam mengoptimalkan kinerja penjualan Sayful Collection melalui penggunaan aplikasi Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Shopee sebagai media penjualan digital mampu meningkatkan volume penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta mempermudah proses transaksi dan promosi produk. Fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Shopee, seperti promosi digital, ulasan pelanggan, dan sistem pembayaran non-tunai, berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan efektivitas pemasaran. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan kendala berupa keterbatasan literasi digital pelaku usaha dan tingginya tingkat persaingan antar penjual. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengelolaan e-commerce yang tepat agar transformasi digital dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan bagi UMKM.

Kata Kunci: Transformasi Digital, UMKM, E-Commerce, Shopee, Kinerja Penjualan.

ABSTRACT

Digital transformation is a strategic step for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve competitiveness and sales performance amidst the development of information technology. The use of e-commerce platforms, particularly Shopee, is one form of digital adaptation widely implemented by MSMEs. This study aims to analyze the digital transformation of MSMEs in optimizing Sayful Collection's sales performance through the use of the Shopee application. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. The results show that the application of Shopee as a digital sales medium can increase sales volume, expand market reach, and simplify the transaction process and product promotion. Features available on the Shopee application, such as digital promotions, customer reviews, and a non-cash payment system, contribute to increasing consumer trust and marketing effectiveness. However, in its implementation, obstacles are still encountered such as limited digital literacy of business actors and high levels of competition between sellers. Therefore, an appropriate e-commerce management strategy is needed so that digital transformation can run optimally and sustainably for MSMEs.

Keywords: Digital Transformation, Msmes, E-Commerce, Shopee, Sales Performance.

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi katalis utama dalam transformasi bisnis di era kontemporer, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM memegang peran strategis dalam perekonomian nasional melalui kontribusinya

terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Namun, perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform daring menuntut UMKM untuk beradaptasi agar tetap bertahan dan memiliki daya saing. Tantangan ini semakin kompleks sejak terjadinya pandemi COVID-19, yang mendorong percepatan adopsi teknologi digital sebagai solusi keberlangsungan usaha.

Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah pemanfaatan platform e-commerce. Platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengoptimalkan kinerja penjualan. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce dengan jumlah pengguna yang besar, menawarkan berbagai fitur pendukung pemasaran digital, mulai dari manajemen toko online, sistem pembayaran digital, promosi berbasis algoritma, hingga analisis data penjualan. Pemanfaatan fitur-fitur ini berpotensi menjadi instrumen strategis dalam mendorong pertumbuhan UMKM di ekosistem digital.

Namun demikian, adopsi teknologi digital oleh UMKM tidak selalu berjalan secara optimal. Banyak pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam literasi digital dan kompetensi pemasaran online. Rendahnya pemahaman terhadap cara mengelola toko daring, menyusun strategi promosi digital, serta memanfaatkan fitur e-commerce secara maksimal menjadi hambatan utama yang membatasi potensi pertumbuhan UMKM. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga pada kesiapan dan kapasitas sumber daya manusia.

Sejumlah penelitian menegaskan pentingnya pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan kemampuan digital UMKM. Santoso dkk. (2024)¹ menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital berbasis platform Shopee efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi promosi, pengelolaan toko online, serta analisis data penjualan. Purnamasari dkk. (2024)² juga menemukan bahwa pelatihan pemanfaatan fitur periklanan Shopee mampu meningkatkan daya tarik toko online melalui penyajian visual produk yang lebih baik. Selain itu, Ubaidillah dkk. (2024)³ mengonfirmasi bahwa pelatihan e-commerce mendorong pelaku UMKM untuk mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh secara langsung dengan membuat akun penjualan dan mengunggah produk, sehingga berdampak pada perluasan pasar dan peningkatan volume penjualan.

Dalam konteks penelitian ini, Sayful Collection sebagai UMKM yang bergerak di bidang penjualan produk fashion menghadapi tantangan serupa. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik, Sayful Collection masih memiliki keterbatasan dalam jangkauan pemasaran karena belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital. Padahal, penggunaan aplikasi Shopee berpotensi menjadi solusi strategis untuk memperluas pasar, meningkatkan kinerja penjualan, serta mengelola usaha secara lebih modern dan efisien. Melalui kegiatan pendampingan dalam kerangka Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), dilakukan upaya transformasi digital pada Sayful Collection dengan fokus pada pemanfaatan aplikasi Shopee. Pendampingan meliputi pengaturan

¹ Niki Agus Santoso, Appin Purisky Redaputri, and Shanaz Rizkyna, "JURNAL CEMERLANG : Pengabdian Pada Masyarakat PEMANFAATAN E - COMMERCE SHOPEE SEBAGAI STRATEGI JURNAL CEMERLANG : Pengabdian Pada Masyarakat" 7, no. 1 (2024): 98–110.

² Dewi Purnamasari et al., "TEMATIK Pelatihan Pemanfaatan MarketPlace E-Commerce Pada Pelaku UMKM Desa Pongongan Gunung Pati" 4, no. 2 (2024): 18–24.

³ Kec Pabuaran and Kab Sukabumi, "Pendidikan Dan Pelatihan Digital Marketing Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Performa Bisnis Masyarakat Di Desa Ciwalat , " 4, no. 2 (2024): 154–64.

profil toko yang profesional, pengunggahan produk dengan deskripsi yang informatif, penggunaan foto produk yang menarik, serta pemilihan kategori yang tepat. Selain itu, pelaku UMKM juga diberikan pemahaman mengenai strategi penjualan online, pentingnya konten visual berkualitas, dan pengelolaan toko secara berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran transformasi digital melalui pemanfaatan aplikasi Shopee dalam mengoptimalkan kinerja penjualan Sayful Collection. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik terkait pengembangan UMKM berbasis digital serta menjadi referensi praktis bagi pelaku UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara efektif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan proses dan hasil transformasi digital UMKM Sayful Collection melalui pemanfaatan aplikasi Shopee. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, sosialisasi, dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menilai perubahan pemahaman, keterampilan, serta kinerja penjualan setelah dilakukan pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Transformasi Digital UMKM: Mengoptimalkan Kinerja Penjualan Sayful Collection melalui Aplikasi Shopee” telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang direncanakan. Hasil utama dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pemilik serta karyawan Sayful Collection dalam memanfaatkan platform e-commerce Shopee sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk secara digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Sayful Collection telah berhasil memiliki dan mengelola akun toko di aplikasi Shopee dengan tampilan yang lebih profesional. Profil toko ditata secara lebih menarik melalui penggunaan nama toko yang jelas, deskripsi usaha yang informatif, serta pengaturan kategori produk yang sesuai. Langkah ini menjadi fondasi awal dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap toko online yang dikelola oleh UMKM.

Selain itu, pemilik dan karyawan Sayful Collection telah mampu melakukan proses pengunggahan produk secara mandiri. Proses ini mencakup pengambilan foto produk yang lebih menarik, penulisan deskripsi produk yang jelas dan informatif, pemilihan kategori yang tepat, serta penentuan harga yang kompetitif. Produk-produk fashion yang sebelumnya hanya dipasarkan secara offline kini telah tersedia secara online, sehingga jangkauan pasar tidak lagi terbatas pada wilayah sekitar toko, tetapi berpotensi menjangkau konsumen yang lebih luas.

Hasil lainnya adalah meningkatnya pemahaman pemilik usaha terhadap fitur-fitur pendukung penjualan yang tersedia di Shopee, seperti pengaturan stok, variasi produk, pemilihan jasa pengiriman, serta pemanfaatan fitur promosi sederhana.⁴ Pemahaman ini

⁴ Msmes Chips et al., “Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui E-Commerce Shopee Pada UMKM Keripik Putri Sari Desa Wonokerto (Implementation Of Digital Marketing Strategies Through E-Commerce Shopee In Article History : Memanfaatkan Teknologi Internet Untuk Melakukan Promosi Dan Memperoleh Keuntungan Yang Berbelanja Secara Online , Karena Konsumen Juga Mengikuti Perkembangan Teknologi Digital,” no. 3 (2024).

menjadi modal penting bagi UMKM untuk mengelola toko online secara lebih efisien dan berkelanjutan.

2. Pembahasan Implementasi Transformasi Digital UMKM melalui Shopee

Hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa transformasi digital melalui pemanfaatan platform e-commerce memberikan dampak positif bagi kinerja UMKM, khususnya Sayful Collection. Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, Sayful Collection masih bergantung pada penjualan konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Setelah dilakukan pendampingan penggunaan Shopee, UMKM mulai mampu beradaptasi dengan sistem pemasaran digital yang lebih modern dan fleksibel.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dari berbagai jurnal yang menyatakan bahwa adopsi marketplace digital, seperti Shopee, merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Marketplace digital memberikan kemudahan bagi UMKM dalam menampilkan produk, mengelola katalog, serta menjangkau konsumen secara luas tanpa memerlukan biaya operasional yang besar. Dalam konteks Sayful Collection, kehadiran Shopee berperan sebagai sarana utama dalam proses digitalisasi pemasaran dan penjualan produk.⁵

Peningkatan visibilitas toko menjadi salah satu dampak signifikan dari pemanfaatan Shopee. Produk Sayful Collection menjadi lebih mudah ditemukan oleh konsumen melalui sistem pencarian dan fitur promosi yang tersedia di platform. Hal ini berpotensi meningkatkan volume penjualan dan frekuensi transaksi, sebagaimana dijelaskan dalam berbagai kajian yang menyebutkan bahwa penggunaan marketplace digital mampu mendorong peningkatan omzet UMKM.

3. Peningkatan Kinerja Penjualan dan Efisiensi Operasional

Peningkatan kemampuan pemilik dan karyawan dalam mengelola toko online menjadi indikator bahwa pendampingan yang dilakukan telah berjalan efektif. Konten visual berupa foto produk yang lebih rapi dan menarik serta deskripsi produk yang informatif berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini sejalan dengan konsep pemasaran digital yang menekankan pentingnya kualitas konten sebagai salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

Selain berdampak pada penjualan, pemanfaatan Shopee juga berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional usaha. Shopee menyediakan sistem pembayaran terintegrasi, pencatatan transaksi otomatis, serta kemudahan dalam pengelolaan pesanan dan pengiriman. Bagi Sayful Collection, hal ini membantu mengurangi proses manual yang sebelumnya memakan waktu dan berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan.

Dengan adanya data penjualan yang tercatat secara digital, pemilik usaha dapat memantau kinerja penjualan, mengevaluasi produk yang paling diminati, serta mengambil keputusan bisnis berdasarkan data yang lebih akurat. Dengan demikian, Shopee tidak hanya berfungsi sebagai media penjualan, tetapi juga sebagai alat manajemen usaha yang mendukung pengelolaan UMKM secara lebih sistematis.

4. Peran Shopee sebagai Media Komunikasi dan Hubungan dengan Konsumen

Hasil kajian jurnal dan temuan kegiatan PKM menunjukkan bahwa marketplace digital juga berperan sebagai media komunikasi antara penjual dan konsumen.⁶ Fitur chat, notifikasi pesanan, serta sistem ulasan dan penilaian (rating) pada Shopee

⁵ X Volume et al., "Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Peranan Aplikasi Shopee Terhadap UMKM Di Indonesia" X (2024): 1-6.

⁶ Nazwah Ramadhani et al., "Pemanfaatan Marketplace Digital Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Sarana Komunikasi Di Era Digital" 2, no. 2 (2025): 1-20.

memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih intens antara UMKM dan pelanggan.

Dalam praktiknya, Sayful Collection dapat memanfaatkan fitur komunikasi tersebut untuk memberikan pelayanan yang lebih responsif, menjawab pertanyaan konsumen, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Interaksi yang positif berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen dan mendorong terjadinya pembelian ulang, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja penjualan UMKM.

5. Tantangan dan Implikasi Transformasi Digital terhadap Keberlanjutan UMKM

Meskipun hasil kegiatan menunjukkan dampak positif, transformasi digital UMKM juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan literasi digital, persaingan yang ketat di marketplace, serta kemampuan dalam mengelola promosi secara optimal. Tantangan tersebut juga berpotensi dihadapi oleh Sayful Collection dalam proses pengembangan usaha ke depan.

Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan pembelajaran berkelanjutan, khususnya dalam optimalisasi fitur promosi, analisis penjualan, serta pengelolaan pelanggan secara digital.⁷ Dengan dukungan yang berkesinambungan, Sayful Collection diharapkan mampu meningkatkan kinerja penjualan secara signifikan dan memperkuat keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, hasil PKM ini memberikan implikasi bahwa pemanfaatan platform e-commerce seperti Shopee merupakan solusi strategis bagi UMKM dalam menghadapi persaingan di era digital. Kegiatan ini juga menegaskan peran penting perguruan tinggi dalam mendampingi UMKM melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang aplikatif, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan lapangan.

KESIMPULAN

Transformasi digital melalui pemanfaatan aplikasi Shopee terbukti berperan positif dalam mengoptimalkan kinerja penjualan UMKM Sayful Collection. Melalui pendampingan berbasis Pengabdian kepada Masyarakat, pelaku UMKM mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola toko online, memasarkan produk, serta memanfaatkan fitur e-commerce secara lebih efektif. Pemanfaatan Shopee tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas interaksi dengan konsumen. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan dan peningkatan literasi digital menjadi faktor penting untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital UMKM di era persaingan bisnis digital.

DAFTAR PUSTAKA

Chips, Msmes, Putri Sari, Wonokerto Village, Universitas Pembanguna, and Veteran Jawa. "Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui E-Commerce Shopee Pada UMKM Keripik Putri Sari Desa Wonokerto (Implementation Of Digital Marketing Strategies Through E-Commerce Shopee In Article History: Memanfaatkan Teknologi Internet Untuk Melakukan Promosi Dan Memperoleh Keuntungan Yang Berbelanja Secara Online , Karena Konsumen Juga Mengikuti Perkembangan Teknologi Digital," no. 3 (2024).

Pabuaran, Kec, and Kab Sukabumi. "Pendidikan Dan Pelatihan Digital Marketing Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Performa Bisnis Masyarakat Di Desa Ciwalat , " 4, no. 2 (2024): 154–64.

Purnamasari, Dewi, Handini Arga, Damar Rani, and Henny Prasetyani. "TEMATIK Pelatihan Pemanfaatan MarketPlace E-Commerce Pada Pelaku UMKM Desa Pongangan Gunung

⁷ Yuni Utami et al., "INTEGRASI PLATFORM ONLINE SHOP DAN DIGITAL FINANCE DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM" 04, no. 2 (2025): 1–12, <https://doi.org/10.52859/jam.v4i2.812>.

Pati" 4, no. 2 (2024): 18–24.

Ramadhani, Nazwah, Ade Irfany Sugesti, Della Nessa Sagita, and Eko Purwanto. "Pemanfaatan Marketplace Digital Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Sarana Komunikasi Di Era Digital" 2, no. 2 (2025): 1–20.

Santoso, Niki Agus, Appin Purisky Redaputri, and Shanaz Rizkyna. "JURNAL CEMERLANG : Pengabdian Pada Masyarakat PEMANFAATAN E - COMMERCE SHOPEE SEBAGAI STRATEGI JURNAL CEMERLANG : Pengabdian Pada Masyarakat" 7, no. 1 (2024): 98–110.

Utami, Yuni, Juli Riyanto, Tri Wijaya, Sari Wiyanti, and Sri Mardiyati. "INTEGRASI PLATFORM ONLINE SHOP DAN DIGITAL FINANCE DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM" 04, no. 2 (2025): 1–12. <https://doi.org/10.52859/jam.v4i2.812>.

Volume, X, X Nomor, Bulan Tahun, Ranita Fakhirah Imran, and Rosalina Kumalawati. "Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Peranan Aplikasi Shopee Terhadap UMKM Di Indonesia" X (2024): 1–6.