Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol.4 No.1 Edisi Juni-Nopember 2025 | Page: 64-67
e-ISSN : 2963-0401 | eMail : jurnalq17@gmail.com

Lisensi: CC-BY

DOI: https://doi.org/10.71456/adc.v3i3.1412

PENGENALAN DASAR PENGATURAN AKUN TOKO PADA *MARKET PLACE* "SHOPEE"

Monika[1*], & Ulfa Oktavani Nasution[2]
[*1] Fakultas Bisnis, Universitas Kalbis
[2] Fakultas Manajemen, STIE Pembangunan
*email: monika.travenasia@gmail.com

Submit Tgl: 08-Agustus-2025 Diterima Tgl: 09-Agustus-2025 Diterbitkan Tgl: 10-Agustus-2025

Abstrak: Kegiatan pelatihan ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memanfaatkan platform digital, khususnya Shopee, untuk memperluas pasar. Namun, masih banyak pemilik usaha yang mengalami kendala dalam melakukan pengaturan dasar akun toko seperti pengelolaan profil, pengaturan alamat, pengaturan jasa kirim, hingga sinkronisasi produk. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada peserta mengenai tahapan awal dalam membuka dan mengatur akun toko di Shopee secara optimal. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif melalui pelatihan langsung (*hands-on*), diskusi interaktif, dan simulasi praktik. Peserta dibimbing untuk membuat akun, mengisi informasi toko, memilih jasa kirim yang sesuai, serta mengatur preferensi tampilan toko agar menarik bagi calon pembeli. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman dan kemampuan teknis dalam mengelola akun Shopee secara mandiri. Evaluasi dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* serta observasi selama pelatihan, yang menunjukkan bahwa 85% peserta mampu melakukan pengaturan dasar toko tanpa bantuan lanjutan. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital UMKM secara lebih luas dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *UMKM, Pelatihan Digital, Marketplace, Shopee, Optimalisasi Toko Online*

Cara mengutip Monika, & Nasution, U. O. (2025). Pengenalan Dasar Pengaturan Akun Toko pada Market Place "Shopee". *JPEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(3), 64-67. https://doi.org/10.71456/adc.v3i3.1412

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong transformasi besar dalam sektor perdagangan, salah satunya melalui *platform e-commerce* seperti Shopee. Platform ini menjadi pilihan utama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, kenyataannya masih banyak UMKM yang mengalami hambatan dalam memanfaatkan Shopee secara optimal, khususnya pada tahap awal pengaturan akun toko. Kurangnya literasi digital, minimnya pendampingan teknis, serta ketidaktahuan akan fitur-fitur dasar menyebabkan banyak toko daring yang tidak terkelola dengan baik. Permasalahan ini jika dibiarkan dapat berdampak pada rendahnya efektivitas pemanfaatan platform digital dalam menunjang pertumbuhan usaha.

Urgensi kegiatan ini terletak pada pentingnya pemberdayaan pelaku UMKM melalui pendampingan teknis yang aplikatif dan mudah dipahami. Rasionalisasi kegiatan ini didasarkan pada kebutuhan nyata di lapangan, di mana pelaku usaha membutuhkan panduan praktis dan pendampingan langsung agar dapat mandiri dalam mengelola akun toko mereka. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan mengenai pengaturan dasar akun toko di Shopee, mulai dari pendaftaran, pengisian profil, pengaturan jasa kirim, hingga optimalisasi tampilan toko. Sebagai upaya pemecahan masalah, kegiatan ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif dan praktik langsung yang memungkinkan peserta untuk belajar secara aktif. Berdasarkan literatur seperti Setyawan & Purnomo (2022), pelatihan berbasis praktik terbukti efektif dalam meningkatkan literasi

https://yptb.org/index.php/abdicurio | Copyright©2025: Monika, & Ulfa Oktavani Nasution

digital UMKM. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk menjawab kesenjangan keterampilan dan sebagai bentuk kontribusi nyata dalam mendukung digitalisasi UMKM. Tidak ada pengembangan hipotesis dalam kegiatan ini karena pendekatannya bersifat pengabdian masyarakat berbasis praktik.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Di tengah meningkatnya tren digitalisasi, masyarakat—terutama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)—menghadapi tantangan besar dalam memanfaatkan *platform e-commerce* seperti Shopee secara optimal. Meskipun peluang pasar terbuka lebar melalui digital marketplace, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki kemampuan teknis untuk mengatur dan mengelola akun toko mereka. Permasalahan ini tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan literasi digital, tetapi juga kurangnya akses terhadap pelatihan teknis yang terstruktur dan mudah dipahami.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan beberapa pelaku usaha, ditemukan bahwa sebagian besar dari mereka masih mengalami kesulitan pada tahap awal pengoperasian akun Shopee, seperti pembuatan akun, pengisian informasi toko, pengaturan jasa pengiriman, dan pengunggahan produk. Masalah ini berdampak pada rendahnya daya saing toko dalam platform dan menurunnya kepercayaan pembeli. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang fitur-fitur dasar juga menyebabkan pemilik usaha tidak dapat memanfaatkan potensi Shopee secara maksimal untuk pengembangan bisnis mereka.

Target kegiatan ini adalah para pelaku UMKM pemula yang belum familiar dengan sistem pengaturan toko *online*, khususnya di platform Shopee. Oleh karena itu, kebutuhan mendesak dari masyarakat sasaran adalah adanya pendampingan dan pelatihan praktis yang dapat membantu mereka memahami dan mengimplementasikan pengaturan dasar toko secara efektif. Kegiatan ini diharapkan mampu menjawab kebutuhan tersebut dan mendorong percepatan transformasi digital UMKM.

3. METODE PELAKSANAAN

Rancangan kegiatan ini dirancang dalam bentuk pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*) dengan pendekatan partisipatif. Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka di lokasi yang telah ditentukan dengan waktu pelaksanaan selama satu hari penuh. Sasaran kegiatan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang belum memiliki akun toko di Shopee atau yang baru memulai usahanya di platform tersebut. Responden atau peserta dipilih berdasarkan survei awal yang disebarkan melalui komunitas UMKM setempat dan perangkat desa, dengan kriteria utama yaitu belum memahami fitur dasar akun Shopee dan memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha secara digital.

Bahan yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi modul pelatihan cetak, panduan visual, serta materi presentasi digital mengenai langkah-langkah pengaturan toko. Alat yang digunakan berupa perangkat komputer/laptop, proyektor, koneksi internet, dan gawai milik peserta sebagai sarana praktik langsung. Tidak ada desain alat khusus yang dibuat, namun kinerja dan produktivitas kegiatan diukur melalui indikator keberhasilan peserta dalam menyelesaikan seluruh tahapan pengaturan akun secara mandiri.

Teknik pengumpulan data meliputi *pre-test* dan *post-test*, observasi langsung selama kegiatan, serta wawancara singkat setelah pelatihan. Data dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil analisis ini digunakan sebagai evaluasi efektivitas pelatihan dan sebagai dasar perbaikan untuk kegiatan serupa di masa mendatang

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan melibatkan 25 peserta pelaku UMKM yang terseleksi berdasarkan survei awal. Pelatihan dimulai dengan pre-test untuk mengukur pemahaman awal peserta terhadap fitur-fitur dasar akun Shopee. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa hanya 16% peserta yang mengetahui alur pembuatan akun dan pengaturan dasar toko.

https://yptb.org/index.php/abdicurio | Copyright©2025: Monika, & Ulfa Oktavani Nasution

Setelah sesi pelatihan dan praktik langsung, dilakukan post-test dan evaluasi performa peserta melalui praktik mandiri. Hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan, di mana 88% peserta dapat menyelesaikan tahapan pengaturan akun Shopee mulai dari registrasi, pengisian profil toko, pengaturan alamat dan jasa kirim, hingga unggah produk pertama.

Berikut adalah ringkasan hasil pelatihan yang ditampilkan dalam Tabel 1:

Aspek yang Diukur	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Memahami alur pembuatan akun Shopee	4 peserta (16%)	22 peserta (88%)
Mengatur alamat dan jasa kirim toko	2 peserta (8%)	21 peserta (84%)
Mengunggah produk dengan benar	3 peserta (12%)	20 peserta (80%)
Memahami fitur dasar Shopee (dashboard)	5 peserta (20%)	23 peserta (92%)

Peningkatan yang signifikan ini mengindikasikan bahwa metode pelatihan berbasis praktik sangat efektif untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM. Pembelajaran interaktif dan penggunaan alat bantu visual memberikan kemudahan dalam memahami materi.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, temuan ini sejalan dengan pendapat Setyawan & Purnomo (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan teknis berbasis praktik memiliki dampak langsung terhadap kemampuan digital pelaku usaha. Implikasi dari kegiatan ini adalah perlunya pengembangan modul pelatihan lanjutan yang mencakup strategi pemasaran di Shopee, penggunaan fitur promosi, dan manajemen pesanan untuk meningkatkan daya saing digital UMKM secara berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pengaturan dasar akun toko di Shopee berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknis pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk mengembangkan usaha. Melalui pendekatan pelatihan berbasis praktik dan partisipatif, peserta mampu memahami tahapan pembuatan akun, pengaturan profil, pengelolaan jasa kirim, serta unggah produk secara mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendampingan teknis berbasis praktik merupakan metode yang efektif dalam mendukung transformasi digital UMKM. Kegiatan ini dapat menjadi model pelatihan yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha kecil di era digital.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kampus UMKM Shopee atas dukungan yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan "Pengaturan Dasar Akun Toko di Shopee". Dukungan ini sangat berarti dalam mendukung upaya pemberdayaan UMKM menuju transformasi digital yang berkelanjutan.

7. REFERENSI

Astuti, P., & Widodo, A. (2023). Pelatihan Shopee sebagai media promosi dan penjualan produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *7*(1), 30–38.

Febrianti, L. (2022). *Digitalisasi UMKM: Peluang dan Tantangan di Era Ekonomi Digital*. Jakarta: Penerbit Salemba.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Laporan tahunan UKM dan transformasi digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.

Nurjanah, A., & Rahmawati, I. (2020). Pemanfaatan marketplace Shopee dalam meningkatkan penjualan produk UMKM. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, *5*(2), 89–97.

Prasetyo, D., & Wulandari, M. (2018). Analisis efektivitas marketplace dalam meningkatkan pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *12*(1), 55–63.

https://yptb.org/index.php/abdicurio | Copyright©2025: Monika, & Ulfa Oktavani Nasution

Vol.4 No.1 Edisi Juni-Nopember 2025 | Page: 64-67
e-ISSN : 2963-0401 | eMail : jurnalq17@gmail.com

Rahayu, S., & Yulianti, L. (2021). Strategi digital marketing bagi UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Online*, *6*(2), 112–119.

Setyawan, D., & Purnomo, H. (2022). Peningkatan literasi digital UMKM melalui pelatihan e-commerce berbasis Shopee. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital*, *3*(1), 45–52.

Shopee Indonesia. (2024). *Panduan penggunaan fitur dasar toko di Shopee*. https://seller.shopee.co.id

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yusri, D. (2017). Peran pelatihan dalam meningkatkan kompetensi digital pelaku UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, *4*(3), 73–81.

https://yptb.org/index.php/abdicurio | Copyright©2025: Monika, & Ulfa Oktavani Nasution