

**OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING BERBANTUAN *E-COMMERCE* SHOPEE UNTUK  
PEMBERDAYAAN EKONOMI KELOMPOK PETANI BANGUNHARJO SRAGEN**

Dhany Efita Sari<sup>1</sup>, Seli Fatmahwati<sup>2</sup>, Vinna Idamatus Silmi<sup>3</sup>, Kurniawan Ari Saputro<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [des576@ums.ac.id](mailto:des576@ums.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [selifatma02@gmail.com](mailto:selifatma02@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [a210190110@student.ums.ac.id](mailto:a210190110@student.ums.ac.id)

<sup>4</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [a210190160@student.ums.ac.id](mailto:a210190160@student.ums.ac.id)

**ABSTRACT**

In the era of disruption 4.0, so as not to be eroded by ongoing technological developments, it is necessary to apply and understand technology in promotional activities so that it can help increase turnover and business expansion, especially among economic actors. The mushroom farmer group in Dukuh Bangunharjo, Jirapan Village, Sragen is one of the economic actors that has potential and needs to be developed. The method used is to provide direct assistance in creating and managing Shopee e-commerce accounts. Assistance is carried out for five times mentoring. The results of this activity show that the Bangunharjo farmer group still lacks knowledge about digital marketing, especially the use of Shopee sellers. From the results of the assistance it is evident that the Bangunharjo farmer group already understands the use and management of Shopee e-commerce as a media for promotion and sales. In addition, the Bangunharjo farmer group felt an increase in their skills on how to use various features at Shopee. After this mentoring activity, it is hoped that follow-up activities will be needed with ongoing coaching in using digital marketing effectively and optimally so that it can support marketing activities and increase sales of the Bangunharjo farmer group business.

**Keywords:** *Farmer groups, e-commerce, shopee, digital marketing*

**ABSTRAK**

*Di era disrupsi 4.0 agar tidak tergerus oleh perkembangan teknologi yang sedang terjadi maka diperlukan penerapan dan pemahaman teknologi dalam kegiatan promosi agar mampu membantu untuk meningkatkan omset dan perluasan usaha terutama dikalangan pelaku ekonomi. Kelompok tani jamur Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen adalah salah satu pelaku ekonomi yang memiliki potensi dan perlu dikembangkan. Metode yang digunakan yaitu dengan memberikan pendampingan langsung pembuatan dan pengelolaan akun e-commerce Shopee. Pendampingan dilakukan selama lima kali pendampingan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa kelompok tani Bangunharjo masih minim pengetahuan mengenai digital marketing terutama penggunaan Shopee seller. Dari hasil pendampingan terbukti bahwa kelompok tani Bangunharjo sudah memahami penggunaan dan pengelolaan e-commerce Shopee sebagai media promosi dan penjualan. Selain itu, kelompok tani Bangunharjo merasakan adanya peningkatan keterampilan tentang cara penggunaan berbagai fitur di Shopee. Setelah kegiatan pendampingan ini diharapkan perlunya kegiatan tindak lanjut dengan pembinaan berkelanjutan di dalam menggunakan pemasaran digital secara efektif dan optimal sehingga dapat mendukung kegiatan pemasaran dan meningkatkan penjualan usaha kelompok tani Bangunharjo.*

**Kata Kunci:** *Kelompok tani, e-commerce, shopee, digital marketing*

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dengan sumber daya alam yang melimpah. Hal ini menjadikan hasil pertanian dan perkebunan Indonesia sebagai salah satu tulang punggung perekonomian negara, bahkan negara-negara Eropa mengimpor bahan pangan atau hasil pertanian dan perkebunan Indonesia untuk dijual kembali ke negaranya (Lestari & Idris, 2019). Usaha pertanian dan perkebunan merupakan proses produksi yang secara biologis mengikuti hukum aliran energi. Total hasil tersebut berupa biomassa tumbuhan. Biomassa tersebut dapat dimanfaatkan, seperti serbuk gergaji yang merupakan limbah pengolahan kayu, banyaknya limbah serbuk gergaji menjadi masalah bagi penggergaji itu sendiri.

Ada beberapa alternatif untuk mengatasi masalah limbah tersebut seperti pembakaran, namun cara ini memiliki efek negatif berupa polusi asap dan resiko kebakaran yang tidak terkendali. Salah satu solusi yang paling tepat adalah dengan menjadikannya platform jamur sebagai bahan baku (Suputriasih, 2020). Ada beberapa jenis jamur konsumsi di Indonesia seperti jamur tiram dan jamur kuping yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan antara lain antikolesterol, antioksidan dan anti tumor. Didalamnya terdapat kandungan zat gizi seperti lemak, mineral serta berbagai vitamin dan serat yang sangat penting untuk sistem imun tubuh manusia (Astuti & Wijayanti, 2016). Dengan adanya alternatif ini selain mengurangi masalah limbah yang ada, manfaat dari jamur tiram dan jamur kuping juga bisa menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat, salah satunya adalah masyarakat kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen.

Kelompok Tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen memproduksi jamur tiram dan jamur kuping bernilai ekonomis tinggi yang dapat dikembangkan, selain itu yang menarik dari usaha budidaya jamur tiram dan jamur kuping adalah dari aspek ekonominya yang cerah karena tidak membutuhkan lahan yang luas, media tanam berupa limbah pertanian yang mudah didapat dengan harga murah, serta siklus produksinya relatif cepat ( $\pm 1$  bulan). Produksi jamur ini juga sangat bersaing dengan jenis pangan lainnya, baik dalam bentuk segar maupun olahan, sebagai bentuk permintaan pasar dalam dan luar negeri (Utami, 2019). Jamur tiram dan jamur kuping juga dapat diproduksi dalam bentuk kudapan sehat yang populer di berbagai lapisan masyarakat, misalnya seperti makanan ringan dan lain-lain yang memiliki umur simpan lebih lama dan nilai ekonomi yang tinggi (Susi et al., 2017)

Peluang usaha inilah yang mendorong kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen bergerak untuk meningkatkan produksi dan penjualan jamur tiram dan jamur kuping. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan dengan kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen, kelompok tani tersebut tidak hanya memproduksi dan menjual jamur saja akan tetapi kelompok tani ini juga memproduksi baglog atau bahan baku tempat dimana jamur tiram dan jamur kuping akan tumbuh yang kemudian dijual kepada para petani jamur maupun kepada pembeli biasa guna menanam dan memelihara jamur tiram maupun jamur kuping sendiri. Adanya peluang

bisnis yang cukup tinggi inilah kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen perlu memperluas dan mengikuti perkembangan penjualan seperti penggunaan media sosial dan digital marketing seperti shopee agar konsistensi dan peningkatan penjualan dapat berkembang pesat dan luas (Triyono et al., 2021).

Menurut Umami & Darma (2021) tempat berkumpulnya berbagai macam jenis orang (individu dan kelompok) untuk berkomunikasi yaitu media sosial. Dengan banyaknya pengguna media sosial, itu dapat digunakan sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran. Bentuk pemasaran yang dapat dilakukan dengan tujuan mencapai brand marketing dan komunikasi melalui media sosial (gambar dan video) dengan produk menampilkan fokus utama.

Menurut data we are social dan Hootsuite, sekitar 90% pengguna belanja online di Indonesia menggunakan *e-commerce* Shopee (Pascasarjana et al., 2020). Meningkatkan penjualan dengan menggunakan *e-commerce* Shopee sangat berpengaruh bagi masyarakat, khususnya kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen yang tengah memulai memperluas pemasaran produknya. Berdasarkan hasil survei awal, kelompok tani tersebut belum memanfaatkan media sosial terutama *e-commerce* Shopee sebagai digital marketing, sehingga perlu diadakan kegiatan pendampingan terkait digitalisasi marketing melalui media sosial *e-commerce* Shopee. Kegiatan pemasaran dalam bentuk promosi melalui sosial media *e-commerce* merupakan hal dasar yang harus diimplementasikan pelaku ekonomi seperti kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen agar di era disrupsi 4.0 tidak tergerus oleh perkembangan teknologi yang sedang terjadi. Penerapan teknologi dalam kegiatan promosi mampu membantu untuk meningkatkan omset dan perluasan usaha.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan program pendampingan pembuatan serta pengembangan digital marketing berbantuan *e-commerce* Shopee pada kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen. Dalam kegiatan ini melibatkan dosen dan 2 mahasiswa Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pelaksanaan kegiatan inti dilakukan sebanyak lima kali pertemuan selama bulan September dengan pelatihan dan pendampingan secara terjadwal dengan target pencapaian yang telah ditentukan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pendampiang digital marketing pada Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di kelompok tani Bangunharjo adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan Kegiatan;
  - a. Survei lokasi kegiatan; kegiatan ini diperlukan untuk mendapatkan informasi kondisi lingkungan kelompok tani Bangunharjo sebagai acuan untuk merancang pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) secara efisien dan efektif.
  - b. Persiapan alat, bahan dan materi; Tim PKM menyiapkan alat, bahan dan materi yang akan digunakan selama pelaksanaan program PKM.

## 2. Pelaksanaan Kegiatan;

- a. Kegiatan pendahuluan; kegiatan pendahuluan diawali dengan pembukaan dan sambutan oleh wakil kelompok tani, kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari narasumber pelatihan digital marketing.
- b. Pelatihan ; kegiatan pelatihan dimulai dengan pengenalan *e-commerce* Shopee yang dapat digunakan untuk membeli maupun menjual barang dengan mudah, memaparkan kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan *e-commerce* Shopee sebagai media penjualan berbasis online sampai dengan pengenalan pada fitur dan contoh dari hasil ketika menggunakan *e-commerce* Shopee sebagai penjual. Berdasarkan hasil survei selama pemaparan materi didapat bahwa kelompok tani Bangunharjo minim pengetahuan mengenai digital marketing terutama pada penggunaan *e-commerce* Shopee.
- c. Pendampingan; Kegiatan ini dilakukan untuk melaksanakan praktik secara langsung oleh kelompok tani Bangunharjo dalam membuat, merawat dan meningkatkan penjualan pada akun Shopee yang akan digunakan. Adapun kegiatan pendampingan pelatihan kelompok tani Bangunharjo dilaksanakan sebanyak 5 kali pendampingan dengan materi yang berbeda setiap pertemuan, diantaranya adalah sebagai berikut.

Tabel 1 Pendampingan pembuatan akun Shopee seller

Pendampingan	Keterangan
Pendampingan 1	dengan materi pengenalan Shopee seller untuk penjualan serta pendaftaran akun Shoppe seller untuk kelompok tani Bangunharjo.
Pendampingan 2	dengan materi profil Shopee seller yang menarik, unik, dan informatif (menjual) serta foto katalog produk.
Pendampingan 3	dengan materi Shopee feed dan Shopee live.
Pendampingan 4	dengan pengemasan dan menginput nomor rekening yang akan digunakan untuk Shopee seller.
Pendampingan 5	dengan materi memasang fitur gratis ongkos kirim, diskon, cashback.

- d. Kegiatan Penutup; dalam sesi ini kelompok tani Bangunharjo diminta untuk menunjukkan produk yang nantinya akan dijual pada media *e-commerce*, pemateri juga mengarahkan dan memberikan contoh bagaimana cara yang baik agar foto yang ditampilkan menarik dan jelas seperti pengambilan sudut, penentuan cahaya sampai pengambilan fokus dan kejelasan produk, pemberian informasi produk yang detail juga menunjang penjualan dalam *e-commerce* Shopee ini. Selain itu pemateri juga memberikan arahan dalam pembuatan poster iklan untuk digunakan dalam pemasaran agar penjualan produk kelompok tani Bangunharjo meningkat dan terkenal luas di pasar.
3. Evaluasi; Target ketercapaian masing masing indikator kinerja yang telah ditetapkan di monitoring dan dievaluasi oleh dosen dengan cara menelaah dan

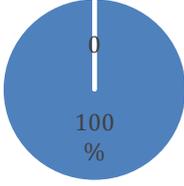
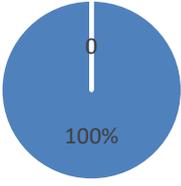
berdiskusi dengan kelompok tani Bangunharjo dan mahasiswa pendamping atas ketercapaian yang telah dilakukan, dan rencana tindak lanjut berikutnya.

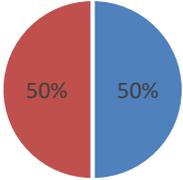
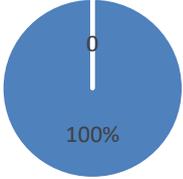
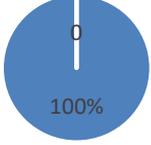
4. Tindak Lanjut; Setelah mitra diberikan pendampingan secara menyeluruh, maka dilakukan refleksi kegiatan untuk memastikan apakah kelompok tani Bangunharjo sudah dapat menjalankan digital marketing yang digunakan. Jika mitra mampu menjalankan sesuai dengan tahap-tahap pendampingan yang diberikan, maka mitra dianggap telah berhasil menguasai materi pendampingan sesuai dengan target pencapaian materi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pendampingan digitalisasi marketing berbasis *e-commerce* Shopee kelompok tani Bangunharjo didasarkan dari hasil akhir target capaian kegiatan pengabdian masyarakat. Dari lima kali kegiatan pendampingan didapatkan hasil terlihat pada tabel 2.

Tabel 2 Hasil pendampingan pembuatan akun Shopee seller kelompok tani Bangunharjo

	Hasil Pendampingan	Keterangan
1.	<p data-bbox="341 954 544 1014">pendaftaran akun Shopee seller</p>  <p data-bbox="296 1267 600 1294">■ Tercapai ■ Tidak Tercapai</p>	<p data-bbox="732 934 1401 1223">Pada kegiatan ini dilakukan dengan mendaftarkan email, nomor telephone dan password yang akan digunakan oleh kelompok tani Bangunharjo dalam penjualan produk dan didapat bahwa kelompok tani Bangunharjo dapat mendaftar dan memiliki akun shopee seller.</p>
2.	<p data-bbox="335 1382 550 1408">foto katalog produk</p>  <p data-bbox="301 1693 592 1720">■ Tercapai ■ Tidak Tercapai</p>	<p data-bbox="732 1361 1401 1823">Kegiatan ini dilakukan dengan pemberian nama toko, deskripsi gambar dan beberapa fitur yang ada pada <i>e-commerce</i> shopee kemudian dilanjutkan dengan praktik foto katalog produk. Kelompok tani Bangunharjo mampu untuk menyiapkan dan merapikan foto katalog produk dengan arahan pemateri seperti penggunaan alat dan bahan yang ada, pengaturan cahaya, pengambilan gambar yang jelas dan pengaturan posisi foto yang tepat meskipun dengan alat seadanya.</p>

	Hasil Pendampingan	Keterangan
3.	<p data-bbox="303 280 582 347">Shopee feed dan Shopee live</p>  <p data-bbox="303 593 590 627">■ Tercapai ■ Tidak Tercapai</p>	<p data-bbox="734 257 1404 604">Untuk pencapaian shopee feed dan shopee live didapati sebesar 50%, hal ini berarti kelompok tani Bangunharjo perlu untuk memahami kegiatan tersebut secara mendalam meskipun dapat mengoperasikan Shopee feed dan Shopee live secara mandiri, sebanyak 50% terkendala dengan tidak menggunakan shopee sebagai penjualan sebelumnya.</p>
4.	<p data-bbox="335 705 550 772">Pengemasan dan pengiriman produk</p>  <p data-bbox="303 1019 590 1052">■ Tercapai ■ Tidak Tercapai</p>	<p data-bbox="734 683 1404 1153">Kegiatan ini dilakukan dengan memasukan nomor rekening yang akan digunakan dalam transaksi selama penjualan, pemateri juga menyarankan untuk menggunakan nomor rekening khusus penjualan dan tidak dicampur dengan uang pribadi. Dan hasil dari kegiatan ini, kelompok tani Bangunharjo sudah diberikan pendampingan mengetahui teknik pengemasan dan pengiriman produk yang aman dan sebanyak 100% sudah memahami bagaimana cara pengemasan yang baik dan aman.</p>
5.	<p data-bbox="319 1209 566 1310">memasang fitur gratis ongkos kirim, diskon, cashback.</p>  <p data-bbox="303 1523 590 1556">■ Tercapai ■ Tidak Tercapai</p>	<p data-bbox="734 1187 1404 1310">Pemasangan fitur gratis ongkir, diskon, dan juga cashback sudah dilakukan oleh kelompok tani Bangunharjo.</p>

Dengan adanya pendampingan digital marketing yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa terjadi peningkatan optimalisasi penggunaan *e-commerce* Shopee. Dari hasil pendampingan tersebut, kelompok tani Bangunharjo sudah memiliki akun Shopee seller (<https://shopee.co.id/wiyotowiyoto892>) dengan mengoptimalkan manfaat fitur katalog produk informatif guna memudahkan pembeli dalam memilih produk yang diinginkan. Selain itu, penggunaan Shopee feed dan Shopee live memudahkan penjual untuk berinteraksi dengan pengikut toko secara langsung melalui video dan foto (Fauziah a, , 2020). Dalam penggunaan Shopee feed dapat ditampilkan fitur cashback dan

gratis ongkir guna menambah daya tarik pembeli. Sedangkan penggunaan Shopee live sebagai media promosi secara terus-menerus membuat penjual dapat berinteraksi *real-time* dengan pembeli.

Keterampilan dalam membuat foto produk telah dikuasai oleh kelompok tani jamur seperti pengambilan cahaya, *positioning* produk dan penempatan angel produk yang sesuai dan simetris. Pemanfaatan fitur-fitur ini sesuai dengan kebutuhan konsumen untuk menjangkau pangsa pasar lebih luas merupakan salah satu keunggulan Shopee banyak diminati (Suswanto & Setiawati, 2020).

Hasil dari pendampingan ini didapati produk yang dijual berupa buglog, F1 & F2, dan olahan mentah jamur tiram dan jamur kuping dari diameter kecil hingga diameter terbesar. Selain itu ada produk baru berupa jamur krispi sebagai makanan cemilan dengan tambahan varian rasa seperti balado, BBQ, dan lain-lain. Buglog jamur digunakan sebagai media penanaman jamur bagi pembeli yang menginginkan budidaya jamur sendiri dirumah, sedangkan F1 & F2 merupakan bibit jamur unggulan yang nantinya akan dipindahkan kedalam media buglog. Berikut dokumentasi hasil pendampingan optimalisasi penggunaan digital marketing berbantuan *e-commerce* Shopee.

## **SIMPULAN**

Melalui pendampingan Kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen, seluruh kegiatan telah dicapai secara maksimal. Kelompok tani sudah memiliki akun Shopee seller, selain itu foto produk yang berkualitas dapat diunggah ke dalam katalog produk secara informatif kemudian cara pengemasan produk dilakukan sesuai keamanan produk dan pemasangan fitur gratis ongkos kirim, diskon dan cashback berhasil dipasangkan. Dapat disimpulkan bahwa kelompok tani Dukuh Bangunharjo, Desa Jirapan, Sragen melalui pengabdian masyarakat ini dapat merasakan manfaatnya dan berhasil mewujudkan optimalisasi digital marketing berbantuan *e-commerce* Shopee untuk pemberdayaan ekonomi.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mendukung dalam pembiayaan kegiatan ini melalui skema Pengembangan Individual Dosen (PID).

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Astuti, H. P., & Wijayanti, I. B. (2016). IbM ABON JAMUR TIRAM KELOMPOK TANI JAMUR TIRAM. *Jurnal Dianmas*, 5(April), 15–22.
- Fauziah a, 1, A. (2020). *Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “ Shopee ” Dalam Meningkatkan Penjualan*. 1(2), 45–53.
- Lestari, U., & Idris, M. (2019). Peran Kelompok Tani Dalam Kegiatan Usahatani Kakao Di Desa Ketulungan Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Agribisnis*

*Indonesia*, 7(2), 92–101. <https://doi.org/10.29244/jai.2019.7.2.92-101>

Suputriasih, N. P. (2020). *Cara Budidaya jamur Tiram dengan media tanam serbuk Kayu*. Jakarta.

Susi, N., Rizal, M., & Mutryarny, E. (2017). Pelatihan Pengolahan Jamur Tiram Di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. In *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1, pp. 79–83). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v1i1.421>

Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SHOPEE DALAM MEMBANGUN POSITIONING DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA*. 3(2), 16–29.

Triyono, L., Yudiantoro, T. R., Sukamto, S., & Hestningsih, I. (2021). Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Toko Oleh-Oleh Danisa. *Jurnal Hilirisasi Technology Kepada Masyarakat (SITECHMAS)*, 1(1). <https://doi.org/10.32497/sitechmas.v1i1.2233>

Umami, Z., & Darma, G. S. (2021). Digital Marketing: Engaging Consumers With Smart Digital Marketing Content. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(2), 94–103. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.94-103>

Utami, H. (2019). The TEKNOLOGI OLAHAN MAKANAN BERBASIS JAMUR DALAM RANGKA MENGEMBANGKAN HOME INDUSTRY AGROBISNIS DI DESA LINGSUH, KECAMATAN RAJA BASA, BANDAR LAMPUNG. *Sakai Sambayan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.23960/jss.v3i1.106>