

## Pemanfaatan Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan Kerupuk & Kemplang Khas Desa Lembak

Ridwan Ahmad Tri Ananda

Universitas Indo Global Mandiri

e-mail: [2020510067@students.uigm.ac.id](mailto:2020510067@students.uigm.ac.id)

**Abstrak** – Desa Lembak terletak di Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan, dengan jarak 82 km dari kota Palembang jarak tempuh sekitar 1 jam 45 menit sudah dilokasi. Desa lembak sendiri menjadi Kecamatan Lembak terdiri dari 10 desa disekitarnya. Di desa lembak memiliki banyak sekali potensi yang dimilikinya yang menjadi penyumbang perekonomian didaerah tersebut melalui UMKM yang ada di dalamnya. Potensi pendapatan masyarakatnya yaitu penjualan kerupuk kemplang khas desa Lembak yang ada disepanjang jalan desa Lembak Kabupaten Muara Enim. Pemberdayaan UMKM merupakan salah satu prioritas nasional dalam memajukan ekonomi masyarakat. Salah satu cara untuk memberdayakan UMKM adalah dengan mengembangkan platform e-commerce untuk UMKM atau e-commerce UMKM. Meskipun potensi UMKM di Indonesia sangat besar, masih sedikit yang memanfaatkan e-commerce. Apalagi di era globalisasi saat ini, UMKM perlu mengikuti perkembangan teknologi agar mampu bersaing dengan bisnis lain. Untuk potensi pasarnya kini telah merambah hingga ke berbagai daerah yang ada di Sumatera Selatan bahkan beberapa daerah di Indonesia tentunya dengan rasa kerupuk & kemplang yang enak dan gurih. Namun potensi tersebut terhambat, ketika kurang sadarnya para pelaku UMKM terhadap akan adanya e-commerce, salah satu penyebabnya yaitu para pelaku UMKM kurang pengetahuan tentang pengelolaan sosial media yang dimana terdapat salah satu platform e-commerce terbesar yaitu Shopee dan para pelaku UMKM sudah terbiasa sejak awal menjual produk mereka hanya di satu tempat atau lapak mereka yang berada di Desa Lembak. Kolaborasi melibatkan masyarakat local dan mahasiswa KKN-T Fakultas Ekonomi UIGM hingga menghasilkan solusi pemanfaatan e-commerce Shopee yang lebih baik guna meningkatkan penjualan dan penghasilan masyarakat.

**Kata Kunci:** Desa Lembak, UMKM, e-commerce

**Abstract** – Lembak Village is located in Muara Enim Regency, South Sumatra, at a distance of 82 km from the city of Palembang, a distance of around 1 hour 45 minutes to the location. Lembak Village itself is Lembak District, consisting of 10 surrounding villages. Lembak village has a lot of potential to contribute to the economy of the area through the MSMEs in it. The community's potential income is the sale of kemplang crackers typical of Lembak village which are found along the Lembak village road, Muara Enim Regency. Empowering MSMEs is one of the national priorities in advancing the community's economy. One way to empower MSMEs is to develop an e-commerce platform for MSMEs or MSME e-commerce. Even though the potential for MSMEs in Indonesia is very large, there are still few who take advantage of e-commerce. Especially in the current era of globalization, MSMEs need to keep up with technological developments to be able to compete with other businesses. The market potential has now spread to various regions in South Sumatra and even several regions in Indonesia, of course with the delicious and tasty taste of crackers & kemplang. However, this potential is hampered when MSME players are less aware of the existence of e-commerce, one of the reasons is that MSME players lack knowledge about social media management, where there is one of the largest e-commerce platforms, namely Shopee, and MSME players have been used to it since At first they sold their products only in one place or their stall in Lembak Village. Collaboration involves local communities and KKN-T students at the UIGM Faculty of Economics to produce solutions for better utilization of Shopee e-commerce to increase sales and community income.

**Keywords:** Lembak Village, MSMEs, e-commerce

### PENDAHULUAN

UMKM mempunyai peran penting terhadap pertumbuhan dan pembangunan perekonomian nasional. Semakin bertambahnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia itu akan berdampak baik bagi suatu negara, karena secara tidak langsung dapat mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran yang ada di Indonesia (Tambunan, 2012). Masalah pengangguran tidak akan bisa hilang di Indonesia dikarenakan jumlah masyarakat Indonesia terus meningkat tetapi lapangan pekerjaan yang tersedia tidak meningkat. Tetapi sektor ini telah menjadi kelompok usaha yang terbesar

yang dapat menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang besar pula, hal tersebut menjadikan UMKM sebagai usaha yang dapat bertahan di segala kondisi seperti pada krisis moneter maupun krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia. Itulah mengapa UMKM di Indonesia masih menjadi faktor utama dalam meningkatkan ekonomi nasional (Setyorini et al. 2023).

Desa Lembak kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan memiliki potensi memperoleh pendapatan melalui UMKM. Secara geografis desa Lembak memiliki luas 6.500 Ha, dengan batas-batas wilayah meliputi sebelah utara desa Tapus, sebelah barat desa Kemang, sebelah selatan desa Karang Enda, sebelah Timur Prabumulih, dan lembak memiliki jumlah penduduk sebesar 4.921 jiwa yang terdiri dari 2.351 penduduk laki-laki dan 2.570 penduduk perempuan (Desa Lembak, 2023). Selain itu desa Lembak memiliki jumlah kepala keluarga sebanyak 1.528 KK.

Mayoritas pemasaran produk UMKM di Desa Lembak menggunakan metode penjualan langsung ditempat, metode konsinyasi (menitipkan barang ke toko lain) atau pemesanan melalui No. Telepon atau No. WhatsApp. Dengan metode pemasaran yang biasa dilakukan oleh para pelaku UMKM kerupuk kemplang tersebut, informasi dan pengenalan produk kerupuk dan kemplang menjadi terbatas dan hanya konsumen-konsumen lokal saja yang mengetahui kerupuk dan kemplang tersebut merupakan produk khas Desa Lembak. Setelah menjalani survei ke beberapa UMKM disana, masih minimnya pengetahuan teknologi digital menjadi faktor utama para pelaku UMKM di Desa Lembak belum mencoba memasarkan produknya melalui platform E-Commers seperti Shopee.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh Tim KKN, kami berupaya untuk menyebarkan pengetahuan tentang E-Commerce serta membantu pembuatan akun Shopee bagi para pelaku UMKM ini. Dengan langkah ini, diharapkan mereka dapat mengatasi hambatan teknologi dan mengembangkan cara baru untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Mayoritas UMKM Kerupuk dan kemplang di Desa lembak pemasarannya hanya dijual ditempat/toko, menitipkan produknya ke toko lain (konsinyasi) dan pemesanan melalui nomor WhatsApp. Kebanyakan pemilik usaha belum pernah mencoba untuk memasarkan produknya di platform E-commers seperti Shopee, Tokopedia dan lain-lain. Alasannya karena masih minimnya pengetahuan tentang teknologi digital, takut menanggung ongkos kirim, hingga takut permintaan konsumen meningkat dan mengganggu kegiatan produksi sehari-hari.



**Gambar 1** : Kunjungan pada pelaku UMKM

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan mengadopsi metode observasi dan wawancara. Dari hasil observasi ke semua UMKM kerupuk dan kemplang, Enam pelaku usaha UMKM yang bergerak di bidang kerupuk dan kemplang di Desa Lembak,

Kecamatan Lembak, Muara Enim, Sumatera Selatan, bersedia untuk 37 bekerjasama dalam kegiatan ini. Enam pelaku usaha UMKM tersebut antara lain UMKM Wak Wati, UMKM Berkah, UMKM Amelia, UMKM Elang, UMKM Yonda, dan UMKM Ratna.

Langkah awal dalam persiapan pelaksanaan kegiatan adalah melakukan observasi terhadap seluruh UMKM kerupuk dan kemplang di Desa Lembak. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi serta permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Lembak. Hasil dari observasi ini mengungkapkan bahwa permasalahan yang dominan adalah minimnya pengetahuan dalam pemasaran menggunakan teknologi digital. Sebagian besar pelaku UMKM hanya terbatas pada pemesanan melalui nomor telepon atau aplikasi WhatsApp. Setelah mengidentifikasi permasalahan, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data dengan lebih mendetail. Langkah ketiga melibatkan pelaksanaan kegiatan sebenarnya, yang dimulai dengan tahap pengenalan dan pemaparan materi mengenai e-commerce serta contoh medianya, seperti Shopee.

Tahap berikutnya melibatkan pengumpulan data pribadi para pelaku UMKM, beserta kesediaan mereka untuk mendaftarkan akun Shopee. Pada tahap akhir, dilakukan penyerahan bukti bentuk akun Shopee yang telah dibuat oleh tim KKN kepada para pelaku UMKM. Dengan demikian, kegiatan ini melibatkan serangkaian langkah yang mencakup observasi awal, pengumpulan data, sosialisasi mengenai e-commerce, hingga pendampingan dalam pembuatan akun Shopee untuk mendukung pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital dalam upaya pemasaran produk mereka.



**Gambar 2** : Proses pengumpulan data diri pelaku UMKM



**Gambar 3** : Bukti akun Shopee yang akan diserahkan ke pelaku UMKM



**Gambar 4.1** : Proses penyerahan bukti akun Shopee



**Gambar 4.2** : Proses penyerahan bukti akun Shopee

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan melibatkan 6 pelaku UMKM yang fokus pada produksi kerupuk dan kemplang. Kegiatan ini berlangsung mulai dari 12 Juli 2023 hingga 11 Agustus 2023. Dari banyaknya UMKM yang disurvei oleh tim KKN, hanya 6 UMKM yang menyetujui untuk menjual produk mereka melalui akun Shopee diantaranya adalah UMKM Wak Wati, UMKM Berkah, UMKM Amelia, UMKM Elang, UMKM Yonda, dan UMKM Ratna.

Dalam akun Shopee tersebut, hanya satu akun yang dibuat mewakili nama UMKM Kerupuk dan Kemplang Desa Lembak. Meskipun begitu, produk-produk yang dijual akan memiliki nama toko yang berbeda-beda. Dalam kerjasama ini, tim KKN bekerjasama dengan Karang Taruna Desa Lembak. Salah satu anggota Karang Taruna akan menjadi admin yang mengelola akun Shopee tersebut. Admin ini akan bertanggung jawab untuk menghubungi UMKM yang terlibat jika ada pesanan yang masuk. Setelah itu, pelaku UMKM akan mengantarkan pesanan tersebut kepada admin, yang kemudian akan mengatur pengiriman melalui kurir.

Berdasarkan kesepakatan antara tim KKN dan pelaku UMKM, harga produk kerupuk akan dinaikkan. Produk akan dijual dalam bentuk paket dengan harga yang disesuaikan dengan kemasannya. Produk kerupuk yang biasanya dijual dengan harga Rp 10.000 akan dinaikkan menjadi Rp 15.000 per pcs. Produk kerupuk dengan harga Rp 20.000 akan dinaikkan menjadi Rp 25.000. Selain itu, produk kerupuk akan dijual dalam paket dengan dua pilihan ukuran kemasan: kecil dan besar.

Produk kerupuk dengan harga Rp 15.000 dalam kemasan kecil akan berisi 3 bungkus dan dijual dengan harga Rp 45.000, sedangkan dalam kemasan besar akan berisi 5 bungkus dan dijual dengan harga Rp 75.000. Produk kerupuk dengan harga Rp 25.000 dalam kemasan kecil akan berisi 2 bungkus dan dijual dengan harga Rp 50.000, sedangkan

dalam kemasan besar akan berisi 3 bungkus dan dijual dengan harga Rp 75.000. Pada tahap akhir kegiatan, tim KKN akan menyerahkan bukti berupa akun Shopee yang telah dibuat kepada para pelaku UMKM.

## KESIMPULAN

E-commerce memiliki potensi besar sebagai pendukung meningkatkan penjualan produk kerupuk & kemplang di Desa Lembak. Dengan memanfaatkan teknologi ini, produk lokal dapat dikenal oleh lebih banyak orang dan mengatasi batasan penjangkauan geografis. Penerapan e-commerce harus didukung oleh upaya pendidikan dan pelatihan agar masyarakat lokal mampu mengoptimalkan teknologi ini untuk mengembangkan produk kerupuk & kemplang serta produk lokal lainnya.

Dengan demikian, Desa Lembak dapat menghadirkan produk unggulan mereka ke pangsa pasar yang lebih luas, mendukung inovasi produk, dan meningkatkan perekonomian lokal. Pemanfaatan penjualan produk melalui e-commerce adalah langkah yang cerdas dan relevan untuk mengembangkan bisnis. Terlebih lagi, e-commerce telah menjadi tren dominan dalam perdagangan online, sehingga penting untuk mengambil langkah-langkah yang tepat untuk memaksimalkan potensi penjualan kerupuk & kemplang khas Desa Lembak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Febriani, Reni. 2021. "Penyuluhan Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Keripik Ciping Desa Sukawana Curug Kota Serang." *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 3(2):194–202. doi: 10.47080/abdikarya.v3i2.1551.
- Firmansyah, Dani. 2022. "Pengembangan Kinerja Pelaku UMKM dalam Meningkatkan Penjualan Keripik Jengkol di Desa Payungsari." *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa* 2(1):3021–26.
- Hadi, Syamsul, Atina Alfadela, Livy Febria Tedjamulia, Khafidz Abdulah Budianto, Dian Chairun Nisa, Hisanin Tsaqifa Diasty, Titin Putri Dhaniati, Islamiani Syanindita Farahdiba, Aldo Tri Pangestu, dan Herlambang Adi Wicaksono. 2022. "Inisiasi Pemasaran Digital UMKM Keripik Tempe 'Asyiq' dan Popcorn 'Mas Pop' Desa Jono Tawangharjo Grobogan." *Prosiding PKM-CSR* 5:1–8.
- Komala, Siti, dan Lilis Suharti. 2023. "Penguatan Bidang UMKM 'Kerupuk Silet' di Desa Kedungsana Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon Jawa Barat, Indonesia." *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(2):46–55.
- Lubis, Nurul Hanani, Rizqy Winny Asmara, Agnes Lolyta Tambunan, dan M. Dede Yusuf. 2022. "Pemanfaatan e-Commerce dalam Optimalisasi Penjualan pada UMKM Keripik Sambal Sidempuan Al Fatih." *Jurnal Mitra Prima (JMP)* 3(1):1–6.
- Oktaviani, Atikah. 2022. "Pemanfaatan Potensi Desa dalam Pelatihan Inovasi Produk Keripik Kacang Panjang untuk Meningkatkan Kemandirian Berwirausaha." *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(2):100–106. doi: 10.30997/almujtamae.v2i2.5578.
- Setyorini, Retno, Arry Widodo, Kristina Sisilia, Robbi Hendriyanto, Sri Widaningsih, Rixard George Dillak, Pramitha Aulia, Maulana Rezi Ramadhan, dan Muhamad Yusuf Ramadhan. 2023. "Pembangunan Website dan Sarana Podcast UMKM Kampung Digital Sentra Kreasi Desa Pameungpeuk." *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(1):37–41. doi: 10.32699/sorot.v2i1.4176.