

PENERAPAN APLIKASI SHOPEE FOOD DALAM PEMASARAN UMKM “MELA FOOD”

Nurul Aini¹, Tofani Nur Rohmah², Sivi Laila³, Pina Rizki Aprilia⁴, Bethya Fuji Asina Sinaga⁵, Saridawati⁶

nurulaini20303@gmail.com¹, tofaniurrohmah28@gmail.com², sivilaila8@gmail.com³,
rizqiaprill25@gmail.com⁴, bethya170304311295@gmail.com⁵, saridawati.sti@bsi.ac.id⁶

Universitas Bina Sarana Informatika

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif, yaitu melakukan pengumpulan data dengan mewawancarai pelaku UMKM secara langsung untuk menyelidiki dampak teknologi dan digitalisasi pada UMKM di Indonesia. UMKM telah meningkatkan kontribusi terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja dalam lima tahun terakhir. Pemasaran digital, terutama melalui Shopee, membantu UMKM meningkatkan pendapatan hingga 30% dan menarik lebih dari 500.000 penjual baru pada tahun 2023. Shopee juga meluncurkan Shopee Food untuk memesan makanan secara online, memberikan keuntungan bagi UMKM. Meskipun Shopee memberikan banyak manfaat, UMKM masih menghadapi tantangan seperti biaya administrasi tinggi dan persaingan sengit. Kolaborasi antara Shopee dan UMKM diperlukan untuk mengatasi hambatan ini dan menciptakan ekosistem digital yang mendukung. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran Shopee dalam pengembangan UMKM serta factor-faktor yang memengaruhi kesuksesan mereka menggunakan platform digital.

Kata Kunci: Shopee, UMKM, Shopee Food.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan berjalan beriringan, menghasilkan inovasi yang membawa manfaat positif dan kemudahan dalam aktivitas sehari-hari, terutama di bidang teknologi yang menguntungkan perusahaan melalui keunggulan inovasi selama dekade terakhir. Perkembangan teknologi saat ini menunjukkan kemajuan luar biasa, dengan banyak sektor kehidupan yang memanfaatkan teknologi, memberikan dampak signifikan terhadap pekerjaan, pendidikan, dan aktivitas sehari-hari. Teknologi komunikasi, sebagai alat dalam struktur organisasi, memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses, dan bertukar informasi, di mana pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu kekuatan ekonomi yang penting di Indonesia.

Meskipun perekonomian dunia dan Indonesia mengalami penurunan, pelaku UMKM tetap mampu mengembangkan usaha mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah serta penerimaan pajak negara. Dalam lima tahun terakhir, kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 57,84% menjadi 60,34%, serta penyerapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22%. Sejak tahun 2016, perkembangan teknologi informasi semakin pesat, di mana UMKM memanfaatkan teknologi untuk bersaing di pasar yang semakin ketat. Pelaku UMKM perlu melek terhadap teknologi informasi agar dapat memasarkan produk mereka secara efektif hingga ke luar negeri. Namun, banyak pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam memilih Solusi teknologi yang tepat karena kurangnya staf ahli dan banyaknya ragam produk teknologi.

Digital marketing kini menjadi media penting bagi pelaku usaha untuk mengikuti arus digitalisasi. Banyak perusahaan mulai beralih dari pemasaran konvensional ke digital marketing yang memungkinkan komunikasi dan transaksi dilakukan secara real-time dan dapat diakses secara global. Salah satu platform digital marketing yang signifikan bagi

UMKM adalah Shopee, yang telah meningkatkan visibilitas dan akses pasar bagi pelaku usaha ini. Melalui fitur-fitur seperti promosi dan analisis statistic, Shopee membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan daya tarik konsumen. Data menunjukkan bahwa sejak tahun 2020, pendapatan UMKM yang bergabung dengan Shopee meningkat hingga 30%, dengan lebih dari 500.000 penjual baru bergabung pada tahun 2023.

Shopee juga memperkenalkan fitur baru seperti Shopee Food untuk memfasilitasi pemesanan makanan secara online, memberikan manfaat besar bagi UMKM dalam meningkatkan pendapatan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran Shopee dalam pengembangan UMKM di Indonesia serta faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan mereka dalam menggunakan platform digital tersebut. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran komprehensif tentang potensi platform digital dalam meningkatkan kapasitas bisnis UMKM serta rekomendasi strategis untuk mendukung ekosistem digital.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga memengaruhi gaya hidup Masyarakat Indonesia, terutama di kota-kota besar. Teknologi ini telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat awam dalam menunjang aktivitas yang membutuhkan kemudahan dan kecepatan. Internet kini tidak hanya digunakan untuk mencari informasi dengan cepat dan akurat tetapi juga untuk berbagai aktivitas seperti pendidikan, hiburan, bisnis, serta transaksi online. Jumlah pengguna internet terus meningkat setiap tahun, menunjukkan betapa pentingnya peran teknologi informasi dalam kehidupan Masyarakat modern saat ini.

METODOLOGI

Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam kepada pemangku kepentingan UMKM di daerah Mustika Jaya, Kota Bekasi dan meneliti dokumen-dokumen terkait.

Data yang diperoleh, dianalisis secara kualitatif menggunakan Teknik analisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang menunjukkan bagaimana Shopee Food berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran platform e-commerce dalam pengembangan UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan/badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak Perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Seiring perkembangan zaman, teknologi merupakan salah satu kebutuhan primer masyarakat saat ini. Dengan adanya internet, masyarakat bisa memperoleh berbagai macam informasi dengan sangat mudah, karena teknologi dapat dijangkau kapan saja dan di mana saja. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), teknologi adalah metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis dan keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan hidup manusia. Miarso menyatakan bahwa teknologi

adalah proses yang meningkatkan nilai tambah melalui penggunaan atau penghasilan produk tertentu.

Di zaman sekarang, banyak teknologi yang diciptakan untuk memudahkan para penggunanya. Implementasi dari perkembangan teknologi yaitu terdapat e-commerce yang memfasilitasi berbagai jenis kebutuhannya yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Salah satu e-commerce yang banyak digunakan oleh masyarakat yaitu Shopee. Fitur yang terdapat pada Shopee yaitu Shopee Mall, Pembelian pulsa, tagihan dan tiket, Shopee Plus, dan Shopeepay. Setelah sukses pada fitur tersebut, Shopee mulai meluncurkan fitur yang bernama Shopee Food.

Fitur Shopee Food tersebut memudahkan masyarakat untuk membeli makanan secara online dengan efektif dan efisien. Karena itu ini bisa digunakan di mana dan kapan saja tanpa perlu mendatangi restonya secara langsung, masyarakat sangat antusias dalam menggunakannya. Fitur ini juga memudahkan pelaku UMKM dalam berjualan secara online yang dapat menjangkau pelanggan secara luas.

Salah satu pelaku UMKM yang bermitra di Shopee Food yaitu Melani Ika dengan nama usaha Mela Food yang menjual berbagai makanan siap saji. Usaha ini didirikan pada bulan April tahun 2023. Menu makanan yang dijual oleh Mela Food seperti dimsum, seblak, sopel, basostak, dan telur congkel.

Awalnya, Mela Food didirikan sebagai usaha sampingan yang dilakukan secara offline di rumah Melani Ika. Namun, seiring berkembangnya teknologi, Melani Ika berpikir untuk menjualnya secara online pada bulan Juni 2023. Platform yang dipilih oleh Melani Ika yaitu e-commerce Shopee pada fitur Shopee Food.

Melani Ika menggunakan e-commerce Shopee karena popularitas platform ini sudah dikenal di masyarakat luas. Dengan demikian, Mela Food bermitra dengan Shopee Food untuk meningkatkan penjualan. Namun, Melani Ika selaku owner Mela Food mengeluhkan banyaknya persaingan dengan UMKM lain serta biaya administrasi yang terbilang besar bagi pelaku UMKM senilai 20% di setiap transaksi. Karena biaya administrasi yang terbilang besar, Melani Ika menyarankan agar pihak Shopee bisa mempertimbangkan pengurangan biaya tersebut untuk mendukung keberlangsungan UMKM.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah memberikan dampak signifikan terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Meskipun menghadapi tantangan ekonomi global, UMKM menunjukkan ketahanan dengan kontribusi yang meningkat terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Dalam konteks ini, platform e-commerce seperti Shopee berperan penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM melalui akses pasar yang lebih luas, pelatihan digital marketing, dan fitur-fitur inovatif yang memudahkan transaksi.

Shopee tidak hanya menyediakan sarana untuk menjual produk, tetapi juga memberikan pelatihan yang membantu pelaku UMKM memahami dan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif. Fitur-fitur seperti Shopee Food memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan dengan lebih efisien, meningkatkan pendapatan, serta memperluas jangkauan pasar mereka. Data menunjukkan bahwa pendapatan UMKM yang bergabung dengan Shopee meningkat secara signifikan, mencerminkan keberhasilan platform ini dalam memperkuat daya saing UMKM di pasar digital yang semakin kompetitif.

Namun, meskipun banyak manfaat yang diperoleh pelaku UMKM masih menghadapi tantangan seperti biaya administrasi yang tinggi dan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, diperlukan Upaya kolaboratif antara Shopee dan pelaku UMKM untuk mengatasi hambatan

ini dan menciptakan ekosistem digital yang lebih mendukung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai peran Shopee dalam pengembangan UMKM serta rekomendasi strategis untuk meningkatkan keberhasilan mereka di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133.
- Fachrina, R., & M.Nawawi, Z. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247–254.
- Fatah, D. A., Yusron, R. M., Febrianti, I. D., Maria, O., & Husnah, A. (2021). 12700-36445-2-Pb, 10(1), 31–40.
- Istiqomah, R. N., Ulva, N., Purwanto, M. I., & Ayu, D. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran UMKM di Desa Gending. *Journal of Global and Multidisciplinary*, 1(5), 684–691.
- Febi, R. N., Sitompul, S. E., Kristina, R. W., & ... (2023). Analisis Digital Marketing Berbasis Aplikasi Shopee sebagai Sarana Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pendidikan ...*, 7, 27676–27684.
- Imtihani, E., & Laily Nisa, F. (2023). Penerapan Akun E-Commerce Shopee dalam Strategi Digital Marketing pada UMKM Rempeyek Bunda Rahayu. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 370–380.
- Rudiarto, S., & Dwiasnati, S. (2022). Marketplace Shopee Sebagai Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan. *PEMANAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional*, 2(1), 66–72.
- Simarmata, F., Lesmana, R. N., Sari, P. R., & Setiyawan, A. (2021). PENGARUH PEMANFAATAN LAYANAN SHOPEE FOOD BAGI PELAKU UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *PROSIDING SERINA*, 1(1), 2099–2106.
- Sabrina, M., Simanjuntak, T., Paundra, A. M., Kusuma, R. S., Rahmanto, F., Zaenuri, M., ... Nazila, M. F. (2022). in *BTS ' Spine Breaker ' Lyrics Among Indonesian Army*, 5.
- Sari, M., Yusuf, H., Hidayat S, LD. D., & Astuti, W. (2022). An Islamic Law Perspective on the Concept of Shopeeplatform. *Al-Bayyinah*, 6(2), 166–174.