

## PENINGKATAN TEKNOLOGI DIGITALISASI UMKM MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING : SHOPEE

## ENHANCING MSMEs' DIGITAL TECHNOLOGY THROUGH DIGITAL MARKETING TRAINING: SHOPEE

**Ainin Bashiroh<sup>1</sup>, Faizatus Sholikhah<sup>2\*</sup>, Ade Fitriyanti<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Islam Majapahit, Email : [aininbashiroh@unim.ac.id](mailto:aininbashiroh@unim.ac.id)

<sup>2</sup>Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Islam Majapahit, Email : [faizatus032@gmail.com](mailto:faizatus032@gmail.com)

<sup>3</sup>Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Islam Malang, Email : [adefitriyanti@unisma.ac.id](mailto:adefitriyanti@unisma.ac.id)

\*email Koresponden: [aininbashiroh@unim.ac.id](mailto:aininbashiroh@unim.ac.id)

DOI: <https://doi.org/10.62567/micjo.v2i1.462>

Article info:

Submitted: 06/01/25

Accepted: 15/01/25

Published: 30/01/25

### Abstract

The digital marketing training utilizing the Shopee platform has been conducted to enhance the digital technology skills of MSMEs in Mojokerto Regency, facilitated by the Al Muaawanah Mojokerto Community Training Center. This program included a series of training stages, starting from product photography and videography, introduction to and creation of Shopee accounts, utilization of promotional features, sales analytics, as well as participant monitoring and mentoring. The training results showed a significant improvement in participants' skills in producing high-quality photos and videos for product marketing. Approximately 85% of participants successfully grasped the basic techniques of product photography and videography. Moreover, the training on utilizing Shopee's sales analytics features enabled participants to understand consumer behavior, optimal purchasing times, and data-driven promotional strategies, ultimately improving store performance. The program successfully contributed to enhancing the competitiveness of MSMEs, including boosting consumer trust and increasing product sales. Challenges such as limited equipment and technical understanding were addressed through creative approaches and direct mentoring. By leveraging simple technologies and digital features provided by Shopee, the training demonstrated that digital transformation can be implemented practically and efficiently. This training serves as an effective model for developing digital competencies for MSMEs in the digital economy era.

**Keywords :** Digital Marketing, Digital Transformation, MSMEs, Shopee, Training

### Abstrak

Pelatihan digital marketing melalui pemanfaatan platform Shopee telah dilakukan untuk meningkatkan kemampuan teknologi digitalisasi pada UMKM di Kabupaten Mojokerto yang difasilitasi oleh Balai Latihan Kerja Komunitas Al Muaawanah Mojokerto. Program ini mencakup serangkaian tahap pelatihan, mulai dari pengambilan foto dan video produk, pengenalan dan pembuatan akun shopee, pemanfaatan fitur promosi dan analitik penjualan dan monitoring serta pendampingan peserta. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan peserta dalam menghasilkan foto dan video berkualitas untuk pemasaran produk. Sebanyak 85% peserta berhasil memahami teknik dasar fotografi dan videografi produk. Selain itu, pelatihan pemanfaatan fitur analitik penjualan Shopee

memungkinkan peserta memahami perilaku konsumen, waktu pembelian optimal, dan strategi promosi berbasis data, yang dampaknya meningkatkan performa toko. Program ini berhasil memberikan dampak langsung terhadap daya saing UMKM, termasuk peningkatan kepercayaan konsumen dan penjualan produk. Kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan peralatan dan pemahaman teknis, diatasi dengan pendekatan kreatif dan pendampingan langsung. Dengan memanfaatkan teknologi sederhana dan fitur digital yang disediakan Shopee, pelatihan ini membuktikan bahwa transformasi digital dapat dilakukan secara praktis dan efisien. Pelatihan ini menjadi model efektif bagi pengembangan kompetensi digital UMKM di era ekonomi digital.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Pelatihan, Shopee, UMKM, Transformasi Digital.

## 1. PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi pendorong utama transformasi bisnis di era modern, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, sektor ini menghadapi tantangan besar akibat perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital. Kondisi ini diperburuk oleh dampak pandemi COVID-19 yang memaksa UMKM untuk mencari solusi berbasis teknologi guna tetap bertahan dan bersaing di pasar.

Platform e-commerce seperti Shopee telah menjadi salah satu sarana utama dalam mendukung digitalisasi UMKM. Shopee menyediakan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman mendalam tentang cara mengoptimalkan platform ini. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing menjadi salah satu kendala utama yang menghambat potensi penuh UMKM untuk berkembang di era digital.

Adopsi teknologi digital oleh UMKM tidak hanya memerlukan ketersediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Pelatihan digital marketing merupakan salah satu langkah penting dalam proses ini. Menurut (Santoso dkk., 2024) pelatihan berbasis e-commerce seperti Shopee mampu memberikan pengetahuan praktis kepada pelaku UMKM untuk memanfaatkan fitur-fitur digital secara efektif, seperti promosi, pengelolaan toko, dan analisis data penjualan. Penelitian ini juga menggarisbawahi bahwa pelatihan intensif dapat meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan digital.

Selain itu, (Purnamasari dkk., 2024) menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan Shopee sebagai media periklanan sangat membantu UMKM dalam membuat toko online dan menghasilkan foto produk dengan teknik yang baik, sehingga tampilan toko online yang terdapat di Shopee lebih menarik bagi konsumen.

(Ubaidillah dkk., 2024) menemukan bahwa peserta pelatihan mampu memahami konsep digital marketing dan e-commerce. Selain itu, peserta juga mampu menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat dengan membuat akun penjualan dan mengunggah produk pada aplikasi Shopee untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Menurut (Chips dkk., 2024), penerapan akun e-commerce Shopee dalam strategi digital marketing telah terbukti menjadi salah satu langkah strategis bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan penjualan produk. Hal tersebut terjadi karena platform Shopee menyediakan fitur-fitur seperti pengelolaan katalog, analitik penjualan, promosi berbasis algoritma, dan akses langsung ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar regional hingga internasional.

Pengabdian akan mengevaluasi sejauh mana pelatihan digital marketing dapat meningkatkan pemahaman keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan fitur-fitur

shopee untuk pemasaran produk. Tujuannya untuk menganalisis efektivitas pelatihan digital marketing berbasis platform shopee guna meningkatkan penjualan dan daya saing UMKM di Kabupaten Mojokerto.

## 2. METODE PENELITIAN

Pengabdian Masyarakat (PkM) berupa pelatihan digital marketing e-commerce shopee dilaksanakan di Balai Latihan Kerja Al-Muaawanah dengan lingkup peserta di Kabupaten Mojokerto. Metode yang digunakan meliputi beberapa tahapan utama :

### 1. Perencanaan dan Identifikasi Kebutuhan

Perencanaan dan identifikasi kebutuhan terdapat dua aspek, yaitu strategi dan output. Berikut merupakan strategi yang dilakukan dalam melakukan perencanaan dan identifikasi kebutuhan PkM :

- Melakukan survei awal dengan UMKM yang telah tergabung dengan komunitas BLK Al Muaawanah guna mengidentifikasi tingkat literasi digital, jenis produk yang dihasilkan dan kendala dalam pemasaran.
- Melakukan diskusi bersama pengelola BLK Al Muaawanah guna menyesuaikan dan menyelaraskan program pelatihan dengan kebutuhan lokal.
- Menyusun modul pelatihan yang mencakup pengelolaan akun Shopee, strategi pemasaran digital, dan optimalisasi fitur e-commerce.

Sedangkan output yang dihasilkan dari kegiatan tersebut meliputi :

- Profil kebutuhan UMKM di Mojokerto
- Modul pelatihan berbasis kebutuhan lokal

### 2. Sosialisasi dan Rekrutmen Peserta

Pada tahap ini juga terdapat dua aspek, aspek kegiatan dan output. Berikut kegiatan yang dilakukan dalam tahap sosialisasi dan rekrutmen peserta pelatihan :

- Sosialisasi program dengan menyebarkan pamflet pelatihan melalui media sosial (instagram, tiktok, whatsapp, facebook dan website).



Gambar 1. Pamflet Pelatihan

- Seleksi peserta berdasarkan beberapa kriteria, yakni jenis usaha, produk yang dimiliki, dan keterbukaan untuk mengikuti pelatihan hingga tuntas.



**Gambar 2.** Kegiatan Seleksi Peserta Pelatihan

- c) Peserta dibatasi hanya 16 peserta karena ketersediaan fasilitas di BLK Al Muaawanah.

Output yang dihasilkan dari kegiatan di atas terjaring 32 peserta dengan UMKM di Kabupaten Mojokerto dan terseleksi 16 peserta serta 16 UMKM di Kabupaten Mojokerto.

### 3. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing E-Commerce Shopee

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2024 sampai dengan 16 November 2024. Terdapat 240 JP dengan 24 hari waktu pelatihan di setiap hari Senin sampai dengan Sabtu. Lokasi pelatihan berada di Balai Latihan Kerja Komunitas Al Muaawanah, Desa Medali, Kecamatan Puri, Kabupaten Mojokerto.

Pelaksanaan pelatihan dibagi menjadi dua sesi, yakni sesi teori dan sesi praktik langsung yang dibentuk dalam beberapa program.

- a) Program 1 (Minggu Pertama) : Pembelajaran Pengambilan Foto dan Video Produk

- Peserta belajar teknik pengambilan foto dan video produk dengan menggunakan produk yang telah dimiliki
- Peserta belajar teknik menyunting dan mengedit foto serta video yang telah diambil selama sesi praktik.



**Gambar 3.** Kegiatan Praktik Pengambilan Foto dan Video Produk

b) Program 2 (Minggu Kedua) : Pengenalan Shopee sebagai Platform E-Commerce dan Pembuatan Akun Shopee

- Penjelasan tentang fitur utama Shopee, potensi pasar digital, dan keuntungan penggunaan Shopee untuk UMKM.
- Panduan membuat akun Shopee, mengatur toko online, dan mengunggah produk dengan hasil foto dan video yang telah dihasilkan di Minggu sebelumnya beserta deskripsi yang menarik.



**Gambar 4.** Pengenalan Platform Shopee

c) Program 3 (Minggu Ketiga) : Optimalisasi Fitur Shopee dan Pemanfaatan Analitik Penjualan untuk Peningkatan Penjualan

- Pelatihan penggunaan Shopee Ads, Flash Sale, Voucher Diskon, Live Straming dan fitur promosi lainnya.
- Mengajarkan cara membaca data penjualan, memahami perilaku konsumen, dan menyusun strategi pemasaran berdasarkan analitik.





**Gambar 5.** Praktik Analisa Platform Shopee

d) Program 4 (Minggu Keempat) : Pendampingan , Monitoring dan Evaluasi Program

- Mendampingi peserta dalam mengelola akun penjualan Shopee.
- Melakukan evaluasi harian selama pelatihan melalui diskusi untuk menilai pemahaman peserta.
- Monitoring pasca-pelatihan (1-2 bulan) untuk mengevaluasi peningkatan penjualan, pengelolaan toko, dan dampak pelatihan terhadap performa UMKM.
- Menyediakan sesi konsultasi daring untuk menjawab kendala yang dihadapi peserta.



**Gambar 6.** Pendampingan, Monitoring dan Evaluasi Program

Tahap-tahap program pelatihan dilakukan guna mendapatkan luaran yang berupa :

- a) UMKM peserta pelatihan memiliki toko aktif di Shopee dengan produk yang dipromosikan secara optimal.
- b) Peningkatan transaksi penjualan dan efisiensi operasional UMKM.
- c) Terbentuknya model pelatihan digital marketing berbasis kebutuhan lokal yang dapat direplikasi di wilayah lain.

Metode di atas dilakukan untuk memberikan dampak yang nyata dalam mendukung peningkatan digitalisasi UMKM di Kabupaten Mojokerto melalui pelatihan yang terstruktur dan berorientasi pada hasil.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

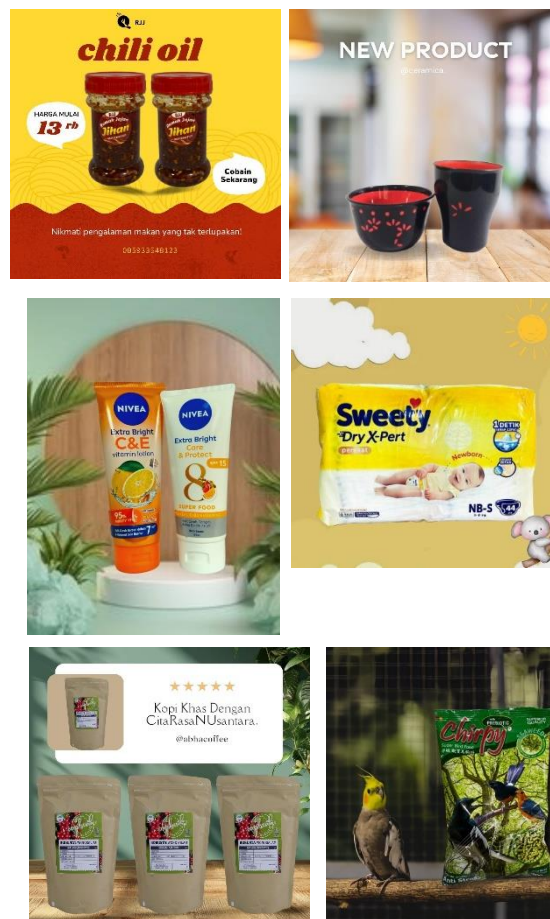
Pegabdian Masyarakat (PkM) yang telah dilakukan berupa pelatihan digital marketing e-commerce shopee telah dilaksanakan secara komprehensif. Program-program dilaksanakan

dengan berfokus pada penguatan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi untuk pemasaran produk.

### Program : Pembelajaran Pengambilan Foto dan Video Produk

Program pembelajaran pengambilan foto dan video produk telah menunjukkan dampak signifikan dalam meningkatkan kualitas visual produk UMKM. Pelatihan ini membekali pelaku usaha dengan teknik fotografi dasar, seperti pencahayaan, komposisi, dan penggunaan latar belakang yang sesuai, yang esensial untuk menghasilkan foto produk yang menarik.

Berdasarkan hasil program pada Minggu Pertama sebanyak 85% peserta mampu menghasilkan foto dan video berkualitas dengan pencahayaan optimal, komposisi yang baik dan latar belakang menarik. Foto produk yang dihasilkan peserta juga memenuhi standar e-commerce shopee sehingga dapat menarik perhatian calon pembeli. Selain itu, peserta pelatihan juga mampu memanfaatkan aplikasi editor seperti canva dan capcut untuk mengedit foto dan video, sehingga dapat menghasilkan visualisasi yang lebih profesional. (Umkm dkk., 2024) menyatakan bahwa adanya workshop fotografi bagi UMKM dapat meningkatkan pemahaman teknik fotografi produk pelaku UMKM dan menghasilkan foto yang berkualitas tinggi.



**Gambar 7.** Beberapa Hasil Foto Produk Peserta Pelatihan

Dampak langsung dari foto dan video produk yang dihasilkan peserta pelatihan adalah meningkatnya engagement hingga 30% di toko Shopee peserta pelatihan serta meningkatkan

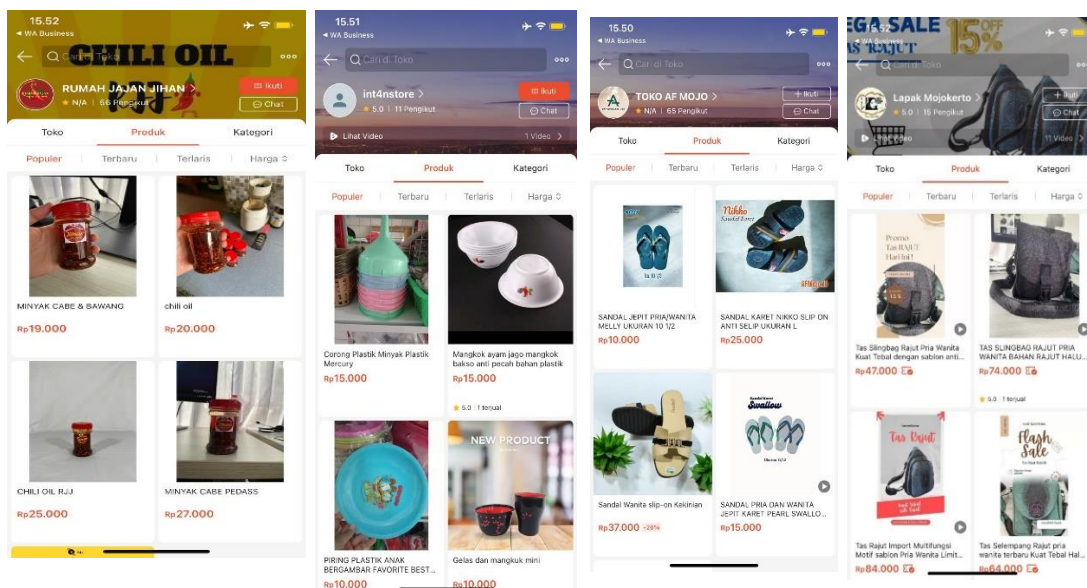
kepercayaan konsumen. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu & Fitriyah, 2024) dihasilkan bahwa penggunaan foto dan video konten sangat mempengaruhi peningkatan kepercayaan konsumen dan memperkuat promosi pada produk UMKM.

### Program : Pengenalan Shopee sebagai Platform E-Commerce dan Pembuatan Akun Shopee

Pengenalan Shopee sebagai platform e-commerce telah memberikan dampak positif bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui Shopee, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce, khususnya Shopee, dapat meningkatkan strategi pemasaran digital UMKM, sehingga produk mereka lebih dikenal luas (Istiqomah dkk., 2023).

Proses pembuatan akun di Shopee dirancang sederhana untuk mendorong partisipasi lebih banyak penjual dan pembeli. (Waziana dkk., 2022) menjelaskan langkah-langkah pembuatan akun dan pengunggahan produk, yang mencakup pengisian data pribadi, verifikasi, dan penataan etalase digital. Kemudahan ini memungkinkan siapa saja, termasuk pelaku UMKM dengan keterbatasan pengetahuan teknologi untuk memulai bisnis online mereka sendiri.

Peserta pelatihan memahami konsep e-commerce, pentingnya digitalisasi pemasaran, dan keunggulan Shopee sebagai platform untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sebanyak 90% peserta mengakui bahwa mereka baru menyadari adanya potensi e-commerce dalam meningkatkan penjualan dan efisiensi bisnis. Selain itu, sebanyak 100% peserta mampu mengunggah minimal lima produk dengan deskripsi, foto produk berkualitas dan harga yang kompetitif.



**Gambar 8.** Akun Penjualan Shopee Peserta Pelatihan

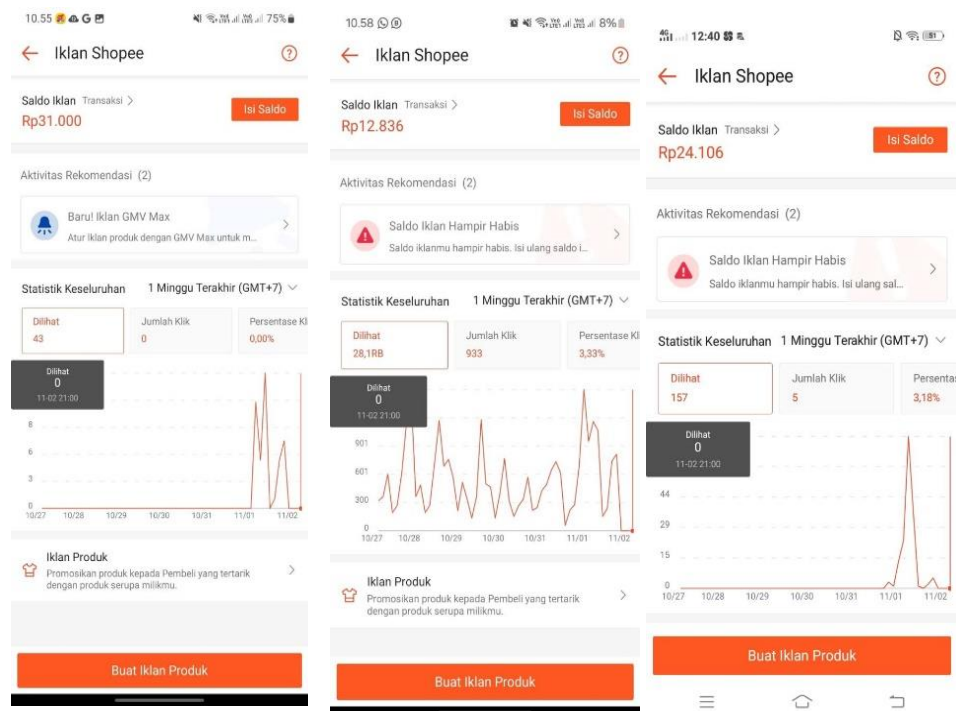
Pembuatan akun dan pengelolaan toko merupakan keterampilan dasar yang wajib dikuasai pelaku UMKM dalam era digital. Beberapa hambatan teknis seperti kurangnya kemampuan menggunakan smartphone atau komputer berhasil diatasi dengan bimbingan intensif oleh fasilitator.



## Program : Optimalisasi Fitur Shopee dan Pemanfaatan Analitik Penjualan untuk Peningkatan Penjualan

Pemanfaatan fitur shopee yang berupa fitur promosi menjadi langkah awal bagi pelaku UMKM untuk bersaing secara kompetitif di pasar online. Peserta dapat memahami bahwa promosi digital kaitannya tidak hanya menarik konsumen atau pembeli, melainkan tetap harus membangun loyalitas pelanggan. Tantangan yang dihadapi pelaku UMKM adalah adanya biaya dalam pengelolaan iklan yang mana memerlukan pemahaman lebih detail tentang ROI (Return on Investmen).

Sebanyak 90% peserta pelatihan berhasil memahami dan menggunakan fitur promosi berupa Shopee Ads, Voucher Diskon, dan Flash Sale. Beberapa peserta pelatihan langsung mempraktikkan strategi promosi dan melihat peningkatan jumlah kunjungan toko selama pelatihan berlangsung.



**Gambar**

**9. Tampilan Peningkatan Jumlah Kunjungan Akun Toko Shopee Peserta Pelatihan**

Selain itu, peserta pelatihan yang dalam hal ini adalah pelaku UMKM juga dilatih untuk menganalisa data pada akun penjualan shopee guna menentukan produk unggulan, waktu tepat untuk promosi dan target pasar. Bagi peserta yang belum terbiasa menggunakan data dan hanya mengandalkan intuisi dalam menganalisa, tahap ini memberikan tantangan sekaligus peluang penting bagi mereka selaku pelaku UMKM. Data analitik ini adalah alat yang sangat berguna untuk memahami kebutuhan konsumen dan meningkatkan efisiensi bisnis UMKM.

Hambatan yang dialami selama tahap ini berlangsung adalah peserta kesulitan memahami beberapa istilah analitik, misalnya "bounce rate" atau "conversion rate". Untuk hambatan teknis, beberapa peserta kurang memahami cara mengakses laporan. Namun, hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi melalui pendampingan langsung selama

pelatihan.



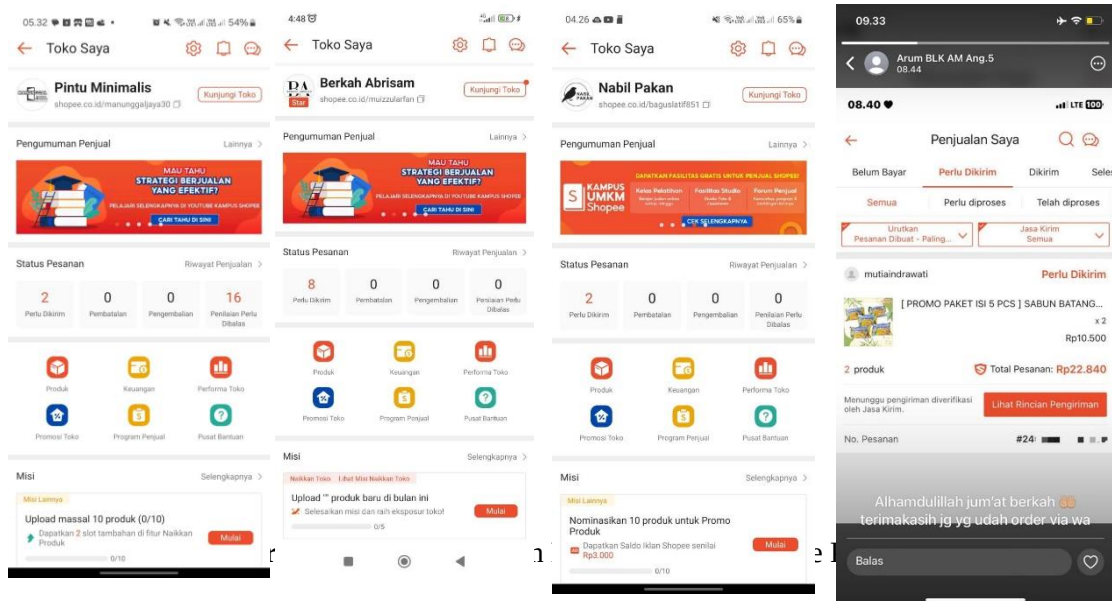
**Gambar 10.** Pendampingan Peserta dalam Analisis Penjualan

Dampak langsung yang diterima oleh peserta pelatihan dalam tahap ini adalah peserta mulai memahami perilaku konsumen pada akun toko shopee masing masing. Seperti, waktu pembelian, produk yang diminati, dan pola diskon yang efektif. Dengan adanya strategi yang lebih terarah, produk yang sebelumnya kurang diminati oleh konsumen mulai menunjukkan peningkatan dalam penjualan di toko online.

#### **Program : Pendampingan , Monitoring dan Evaluasi Program**

Pendampingan langsung terhadap peserta selama pelatihan berlangsung berhasil meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam mengelola toko online, terutama pada pengaturan fitur promosi dan optimasi konten. Seluruh peserta pelatihan menerima sesi tahap pendampingan secara langsung untuk menyelesaikan kendala teknis terkait pengambilan foto atau video produk, pengeditan konten, pembuatan akun penjualan shopee, pemanfaatan fitur promosi dan analitik shopee. Peserta pelatihan yang memanfaatkan pendampingan langsung menunjukkan hasil yang lebih baik dibandingkan peserta yang mencoba menerapkannya sendiri.

Monitoring peserta pelatihan dilakukan selama satu hingga dua bulan setelah pelatihan melalui diskusi menggunakan platform Whatsapp. Hingga saat ini, diketahui bahwa penjualan dan kunjungan toko peserta pelatihan dalam akun penjualan shopee masing-masing mengalami peningkatan. Hal tersebut menguatkan penelitian yang dilakukan oleh (Amelia & Sudrartono, 2023) bahwa prosentase penjualan di Shopee meningkat sebesar 5,45% dari penjualan di bulan sebelumnya.



Evaluasi program pelatihan dilakukan secara diskusi dan sebaran kuisioner melalui google form dengan penilaian empat aspek, yaitu aspek materi pelatihan, aspek fasilitas, aspek pendampingan dan aspek relevansi. Penilaian dilakukan dengan menggunakan skor terendah 1 dan skor tertinggi 5. Berikut merupakan diagram hasil evaluasi kepuasan peserta pelatihan.



**Gambar 12.** Diagram Survei Evaluasi Program Pelatihan

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa skor tertinggi terdapat pada aspek relevansi dengan nilai 4,62 dan skor terendah pada aspek fasilitas dengan nilai 4,25. Namun, semua aspek memiliki penilaian di atas 4 sehingga dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan merasa puas dengan materi pelatihan, pendampingan, fasilitas dan relevansi pelatihan terhadap kebutuhan mereka.

Sebagian besar peserta pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital mereka selaku pelaku UMKM, yang mana sebelum pelatihan hanya mengetahui teknologi dasar menjadi sangat memahami konsep pemasaran digital. Selain itu, literasi digital yang meningkat saat ini membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk lebih kompetitif di era digital.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan, saran serta rekomendasi sebagai berikut : Program pelatihan digital marketing Shopee yang diadakan di Balai Latihan Kerja Komunitas Al Muaawanah Mojokerto berhasil memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas digitalisasi UMKM. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman tentang pentingnya digital marketing dalam memperluas pasar, tetapi juga dilatih untuk menguasai keterampilan praktis seperti pengambilan foto dan video produk, pembuatan akun Shopee, dan pemanfaatan fitur analitik penjualan. Program ini secara langsung meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan konten visual yang menarik dan strategi pemasaran digital yang lebih efektif.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan dampak nyata, terutama dalam meningkatkan kualitas presentasi produk secara daring dan kemampuan peserta untuk memahami perilaku konsumen. Dengan adanya peningkatan keterampilan ini, pelaku UMKM dapat memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee secara optimal untuk mendukung pertumbuhan usaha mereka. Berdasarkan survei kepuasan, mayoritas peserta merasa puas dengan program ini, meskipun ada beberapa saran untuk meningkatkan fasilitas dan memperbanyak sesi praktik.

Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan, seperti konsistensi peserta dalam menerapkan keterampilan yang diajarkan dan kebutuhan untuk pendampingan lanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan semacam ini membutuhkan keberlanjutan untuk memastikan hasil yang lebih optimal dalam jangka panjang.

Saran dari hasil pengabdian masyarakat berupa pelatihan digital marketing e-commerce shopee adalah sebagai berikut :

- a. Adanya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan adanya dampak pelatihan secara berkelanjutan dan perlu dilakukan pendampingan secara periodik kepada peserta. Pendampingan ini dapat meliputi evaluasi berkala terkait penerapan keterampilan yang telah diajarkan, konsultasi strategi pemasaran, serta pembaruan informasi mengenai fitur terbaru di Shopee.
- b. Perlu meningkatkan fasilitas yang memadai, seperti perangkat fotografi, studio mini, dan konektivitas internet yang stabil, perlu disediakan untuk mendukung pelatihan yang lebih optimal. Hal ini akan meningkatkan kualitas pembelajaran dan memotivasi peserta untuk lebih aktif.
- c. Pengembangan Modul Pelatihan yang dapat diperluas dengan menambahkan topik seperti optimasi SEO untuk Shopee, strategi kampanye promosi, dan manajemen toko online. Dengan demikian, peserta dapat memiliki pemahaman yang lebih komprehensif.
- d. Kolaborasi dengan Shopee dan Stakeholder Lokal untuk memberikan pelatihan resmi kepada peserta serta melibatkan stakeholder lokal, seperti pemerintah daerah dan lembaga pendidikan, akan meningkatkan efektivitas program dan membuka lebih banyak peluang bagi UMKM.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

Amelia, R., & Sudrartono, T. (2023). Pemanfaatan Marketplace Shopee dalam Peningkatan Volume Penjualan Jaket Hoodie Toko Mikayla Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 118–124.

<https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.237>

- Chips, M., Sari, P., Village, W., Pembanguna, U., & Jawa, V. (2024). 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 p. 3.
- Istiqomah, R. N., Ulva, N., Purwantoro, 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. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multipleINSTITERCOMPUBLISHERhttps://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>
- Purnamasari, D., Rani, H. A. D., Prasetyani, H., & Kurniawati, K. (2024). Pelatihan Pemanfaatan MarketPlace E-Commerce Pada Pelaku UMKM Desa Pongangan Gunung Pati. *Tematik*, 4(2), 18. <https://doi.org/10.26623/tmt.v4i2.9831>
- Rahayu, M., & Fitriyah, Z. (2024). Keterampilan Foto dan Video Sebagai Peningkatan Branding Produk Bagi UMKM Kelurahan Rungkut Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 1–7. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2497%0A>
- Santoso, N. A., Redaputri, A. P., & Rizkyna, S. (2024). JURNAL CEMERLANG : Pengabdian pada Masyarakat PEMANFAATAN E - COMMERCE SHOPEE SEBAGAI STRATEGI JURNAL CEMERLANG : Pengabdian pada Masyarakat. 7(1), 98–110.
- Ubaidillah, A., Nurhayanti, M. D., Nurdiyanto, N., Setiawan, W. A., Melati, D. S., Kasmad, K., & Sudaryana, Y. (2024). Pendidikan dan Pelatihan Digital Marketing Melalui E-Commerce untuk Meningkatkan Performa Bisnis Masyarakat di Desa Ciwalat, Kec. Pabuaran, Kab. Sukabumi. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(2), 154–164. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v4i2.794>
- Ukm, M., Kelurahan, D. I., Munggu, S., Putri, A. M., Budiman, A. Z., Agung, R., Siagian, E., Ramadhani, U. F., Manalu, E., Kaisah, N., & Kurniawan, N. (2024). WORKSHOP FOTOGRAFI PRODUK USAHA MIKRO KECIL. 4(2), 77–82.
- Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 107–112. <https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>