

Pengintegrasian Aplikasi Shopee Untuk Mengoptimalkan Ekonomi Kreatif UMKM Desa Pakel Kabupaten Jombang Pada Revolusi Industri 4.0.

Mu'tasim Billah¹, Maulana Muhammad Daffa², Sarah Putri Madania³, Ilham Nuril Fitri Huda⁴, Aulia Nida'ul Husna⁵, Bella Mega Riwsanti⁶, Mochammad Firmansyah⁷
^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstract. *Technology always experiences changes along with the times, changes in technology have a dynamic nature so that new innovations can emerge to create a technology that facilitates human activities in various sectors of activity such as industry, agriculture, education, and no less the economic sector which feels the impact of existing technological developments. The manifestation of these technological developments in the economic sector, namely e-commerce applications in the form of Shopee, the application of these applications during the industrial revolution 4.0 is expected to have an impact on society and especially UMKM actors to further develop a more creative economy so that they can open up employment opportunities as a whole for all levels and community elements, besides that the presence of the Shopee application can provide a new idea for the community so that they can be more independent and not depend on the government. Nowadays, everything is digital, both in cities and villages, in this case the presence of the Shopee application can be a new step for village governments to be able to take advantage of this application to take advantage of developing the economy in villages by developing the existing UMKM sector by utilizing technology. The existing one is the Shoppe application. In this case Pakel Village together with the East Java KKNT 09 UPN Veterans group created an account on the Shopee application to integrate UMKM products in Pakel Village, Jombang Regency. more widely known by the community both outside Pakel Village and outside the City of Jombang, so that UMKM in Pakel Village are ready to compete and develop in the industrial era 4.0.*

Keywords : *Creative Economy, Shopee, Pakel Village UMKM, Industrial Revolution 4.0.*

Abstrak. Teknologi selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman, perubahan sebuah teknologi memiliki sifat yang dinamis sehingga dapat memunculkan inovasi baru untuk menciptakan sebuah teknologi yang memudahkan aktivitas manusia dalam berbagai sektor kegiatan seperti industri, pertanian, pendidikan, dan tidak kalah juga sektor ekonomi yang merasakan dampak dari perkembangan teknologi yang ada. Wujud dari perkembangan teknologi tersebut di sektor ekonomi yakni aplikasi jual beli berupa *Shopee*, penerapan aplikasi tersebut dalam masa revolusi industri 4.0 harapannya dapat memberikan dampak terhadap masyarakat dan khususnya para pelaku UMKM dapat lebih mengembangkan ekonomi lebih kreatif sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan secara menyeluruh terhadap semua lapisan dan elemen masyarakat, selain itu hadirnya aplikasi *Shopee* dapat memberikan sebuah ide baru terhadap masyarakat supaya dapat lebih mandiri dan tidak bergantung terhadap pemerintah. Pada zaman sekarang semua serba digital baik itu di kota dan tidak terkecuali di desa, dalam hal ini hadirnya aplikasi *Shopee* dapat menjadikan langkah baru bagi pemerintah desa supaya dapat memanfaatkan aplikasi tersebut untuk memanfaatkan dalam mengembangkan perekonomian didalam desa dengan mengembangkan sektor UMKM yang ada dengan memanfaatkan teknologi yang ada yakni aplikasi *Shopee*, Dalam hal ini Desa Pakel bersama dengan kelompok KKN T 09 UPN Veteran Jawa Timur

membuat sebuah akun di aplikasi *Shopee* guna melakukan pengintegrasian produk UMKM yang ada di Desa Pakel Kabupaten Jombang harapannya produk UMKM yang ada di Desa Pakel dapat lebih berkembang dan lebih banyak dikenal oleh masyarakat baik itu diluar Desa Pakel maupun diluar Kota Jombang, sehingga UMKM di Desa Pakel siap bersaing dan berkembang di era industri 4.0.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Shopee, UMKM Desa Pakel, Revolusi Industri 4.0.

PENDAHULUAN

Revolusi industri merupakan sebuah kondisi dimana perkembangan teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat hal tersebut dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari dimana segala sesuatu selalu menggunakan teknologi untuk menunjang dan mendukung dalam segala kegiatan. Teknologi sendiri sebenarnya sudah memiliki keterlibatan dalam arus dinamika perkembangan industri 3.0, akan tetapi hal yang dapat membedakan antara kedua era tersebut yakni dalam industri 4.0 hal yang paling menonjol yakni penggunaan teknologi berbasis digital sehingga para pelaku industri akan lebih memanfaatkan komunikasi antara perangkat digital satu dengan perangkat digital lain sehingga dapat mempermudah untuk melakukan komunikasi dan interaksi sehingga dapat memperoleh informasi yang lebih cepat. Industri 4.0, era keempat revolusi industri saat ini, bergerak menuju ekonomi digital dengan teknologi yang berkembang pesat yang diantisipasi mampu mendukung perekonomian. Revolusi industri 4.0 terkenal disebut sebagai "internet of things". Penggunaan telepon seluler yang terhubung dengan internet menjadi perangkat yang sering digunakan masyarakat menjadi pemicu munculnya layanan-layanan baru yang sebelumnya tidak ada.

Perkembangan teknologi saat ini telah mempengaruhi seluruh aktivitas kehidupan manusia ke arah digital baik dalam bidang Pendidikan, Kesehatan, Sosial politik maupun ekonomi. Aktivitas ekonomi telah banyak bertransformasi dari tradisional ke arah digital. Salah satu dampak yang paling terpengaruh dari bidang ekonomi adalah aktivitas transaksi penjualan produk yang dulunya dilakukan secara manual sudah beralih secara digital.

Dalam industri 4.0 perkembangan teknologi begitu pesat namun tidak berhenti di perkembangan teknologi saja akan tetapi dalam era tersebut berdampak terhadap perubahan pola pikir manusia, karena di era 4.0 sendiri perkembangan teknologi sangat pesat sehingga semua serba digital dan bergantung terhadap teknologi yang ada, karena pada era tersebut akan mengalami pergeseran dari tenaga manusia ke arah teknologi yang berbasis digital, dengan adanya hal tersebut maka diperlukan sumber daya manusia yang siap untuk mengikuti arah digitalisasi.

Digitalisasi dalam berbagai aspek kehidupan membuat penggunaan internet menjadi lebih diminati masyarakat luas, tidak terkecuali di Indonesia. Kemudahan akses informasi yang disediakan oleh internet membuat peredaran arus informasi menjadi lebih cepat dan luas. Menurut survei dari Asosiasi Penyedia Jasa Indonesia (apjii.or.id), jumlah penduduk yang menggunakan internet pada tahun 2023 terdapat 78,19% atau mencapai 215.262.156 jiwa dari total populasi yang ada yaitu 275.773.901 jiwa. Mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang didorong oleh kebutuhan masyarakat akan penggunaan internet. Peningkatan penggunaan internet memberikan dampak positif dan negatif bagi pengguna internet, salah satu dampak positif yang dapat dirasakan adalah peningkatan perekonomian masyarakat.

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang memproduksi barang-barangnya dengan memaksimalkan konsep kreatif, kemampuan individu, dan inovasi. Selain itu, ekonomi kreatif mencakup konsep-konsep baru dalam ekonomi global yang menekankan kreativitas dan informasi. Artinya kreativitas manusia dapat dijadikan sebagai faktor produksi karena tidak terbatas. Karena para pelaku UMKM kurang memiliki kemampuan untuk menerapkan teknologi baru yang ada, pengenalan teknologi baru dalam revolusi industri 4.0 menjadi tantangan bagi pertumbuhan UMKM di Indonesia. Jika digunakan secara tepat dan bijaksana, teknologi ini dapat membantu UMKM dalam proses menjual, mempromosikan, dan berkomunikasi dengan pelanggan.

Pengembangan kreativitas oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dapat memberi UKM peluang untuk memanfaatkan potensi daerah mereka serta kemajuan teknologi (Ichsan dkk, 2022). Menurut Habib (2021) penting untuk menyelidiki dan menumbuhkan potensi kreatif dan inovasi masyarakat untuk memberdayakan mereka yang menempatkan nilai tinggi pada ekonomi kreatif. Secara umum, ekonomi kreatif adalah cara untuk memberdayakan masyarakat secara ekonomi dengan berkelanjutan melalui kreativitas.

Arrizal dan Sofyantoro (2020) menekankan bahwa melalui kerangka Ekonomi Kreatif dan UMKM, masyarakat mendominasi sebagian besar kegiatan usaha di Indonesia. Bingkai ini dipilih karena idenya mudah dipahami dan terjangkau, terutama bagi orang-orang di kelas menengah ke bawah. Namun, pelaku Ekonomi Kreatif dan UMKM juga harus tetap waspada terhadap perkembangan zaman agar tidak kalah dari perusahaan besar dan memiliki pilihan untuk bersaing di pasar. Maka dari itu mereka perlu beradaptasi dengan adanya digital menggunakan media internet dan dunia maya.

Kehadiran periode 4.0 telah mendorong hadirnya jenis kemajuan lain, seperti digital marketing, UKM dapat memanfaatkan kesempatan tren pemasaran digital untuk menyambut era industri 4.0. (Irfani et al, 2020). Dalam memajukan kegiatannya, masyarakat saat ini tertarik dengan digital marketing untuk media pemasarannya (Susanto et al, 2020).

Permasalahan bagi Ekraf dan UMKM yaitu dari segi kurangnya atau minimnya pengetahuan mengenai pemanfaatan internet dan digitalisasi untuk pengembangan suatu usaha. Penelitian ini berfokus pada pengoptimalisasian ekonomi kreatif yang ada di Desa Pakel melalui pengintegrasian Shopee, yang dimana kelemahan UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangatlah kompleks, mulai dari kurangnya permodalan, keterampilan dalam menggunakan internet, dan lain-lain.

METODE

Lokasi pengabdian dilaksanakan di Desa Pakel. Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berada di Desa Pakel merupakan objek untuk dikaji dengan mencari permasalahan tersebut untuk menemukan solusi yang tepat sehingga dapat menjadi jawaban yang bermanfaat bagi pelaku UMKM. Shopee menjadi solusi pada permasalahan UMKM yang dapat menjadi harapan untuk perkembangan yang lebih baik dan memudahkan koordinasi UMKM yang ada di Desa Pakel, yang dimana dalam 1 akun Shopee tersebut memuat beberapa UMKM dari Desa Pakel dengan berbagai produk yang dimiliki setiap UMKM

Strategi Pemasaran dari UMKM di Desa Pakel menjadi sebuah target dari pembuatan akun Shopee. Hal tersebut bertujuan untuk menjadi wadah dan penampung bagi unit usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam melakukan promosi dan pemasaran produk. Dengan begitu tingkat penjualan dan daya saing produk dari UMKM yang ada diharapkan dapat meningkat dan pemasaran yang dilakukan mungkin bisa menjangkau lebih banyak pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan melalui Media Shopee yang dibangun

Prosedur kajian pada tahapan pengkajian, dilakukan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut : Analisis dan Pengumpulan Data, tahap ini bertujuan untuk menganalisis data yang menjadi kebutuhan, data - data tersebut akan digunakan sebagai objek yang menjadi kajian yaitu UMKM yang ada di Desa Pakel. Pada tahap ini juga menjadi tahapan pengumpulan data - data sehingga dapat dipahami dan dimudahkan dalam mengkaji permasalahan yang ada di UMKM Desa Pakel. Pembuatan akun Shopee 1 pintu ini bertujuan untuk memudahkan pengkoordinasian UMKM yang ada di Desa Pakel dari segi pemasaran produk dan wadah promosi.

Analisis data yang dilakukan sebagai bahan kajian yaitu data - data yang berkaitan dengan Unit UMKM di Desa Pakel. Adapun data - data yang menjadi kebutuhan yaitu nama UKM, alamat UKM, harga produk serta deskripsi. Kemudian data - data tersebut digunakan untuk diproses oleh sistem dalam hal pembuatan akun Shopee 1 pintu bagi UMKM Desa Pakel.

PEMBAHASAN

Ekonomi Kreatif di Era Industri 4.0

Pada era 4.0 pemanfaatan potensi internet untuk menunjang kegiatan dan aktivitas perekonomian dalam pemanfaatan pemasaran sebuah produk dengan mengedepankan ide serta kreativitas dalam hal ini ekonomi kreatif muncul menjadi sebuah strategi dalam melakukan sebuah kegiatan perekonomian dengan mengedepankan potensi dari era industri 4.0. Istilah ekonomi kreatif sendiri muncul dari sebuah buku yang berjudul "*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*" yang terbit pada tahun 1997 yang ditulis oleh John Hawkins, dalam hal ini John Hawkins mengartikan bahwa ekonomi kreatif adalah penciptaan sebuah produk dan nilai yang melalui ide, dalam hal ini juga kita dapat melihat bahwa sebenarnya ekonomi kreatif bukan suatu hal yang baru namun di Indonesia sendiri masih terbilang kurang dalam memanfaatkan digitalisasi untuk membentuk sebuah ekonomi kreatif, sehingga kolaborasi antara ekonomi kreatif dengan era digitalisasi merupakan sebuah hal yang penting untuk terus memberikan inovasi dan ide agar dapat memiliki daya saing di era industri 4.0.

Pemanfaatan kecerdasan buatan atau yang biasa disebut sebagai AI (*Artificial Intelligence*), *sharing economy*, dan *internet of thing* serta berbagai fenomena-fenomena lainnya di era industri 4.0 menjadikan inovasi serta kreativitas merupakan sebuah komponen penting dalam bersaing di dunia ekonomi baik itu yang berskala global maupun lokal. Dalam era ini lah ekonomi kreatif menjadi sebuah isu strategis untuk terus dikaji serta didalami lebih mendalam supaya dapat menyelaraskan antara pola ekonomi dengan teknologi digital, ekonomi kreatif sendiri merupakan sebuah konsep dengan mengintensifkan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif untuk dalam memanfaatkan teknologi dan informasi untuk ditransformasikan melalui kemampuan dan ide untuk memberikan faktor produksi yang bersifat utama dalam menjalankan perputaran roda perekonomian.

Ekonomi kreatif juga memiliki peranan penting dalam era 4.0 ini karena pada era inilah momen dimana pemulihan sektor ekonomi pasca pandemi covid-19 dapat terus berputar dengan peranan ekonomi kreatif melalui sektor UMKM, dalam hal ini model

aktivitas ekonomi mengalami perubahan yang cukup drastis yakni yang awalnya sebuah kegiatan perekonomian dahulu harus berinteraksi secara tatap muka langsung namun kini transaksi perekonomian dapat langsung diakses melalui platform digital sehingga tidak diperlukan interaksi secara luring namun dengan interaksi daring aktivitas perekonomian dapat berjalan, dengan adanya pasar digital sehingga hal tersebut merubah segi emosional para konsumen karena adanya pasar digital lebih menjanjikan karena sudah marak dan cukup berkembang tidak hanya itu juga pasar digital memiliki jangkauan dan cakupan yang lebih variatif dan luas, adanya hal ini juga berpengaruh terhadap para produsen yakni dapat mengembangkan skill dari para produsen tersebut dengan memberikan metode pemasaran yang lebih menarik maupun branding yang dapat meyakinkan konsumen untuk membeli produknya, selain itu adanya marketplace digital dapat menjanjikan para produsen untuk mengembangkan pasar yang lebih luas.

Dalam era sekarang ekonomi kreatif tidak sekedar berputar di sektor kuliner, barang, maupun jasa saja akan tetapi kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif membagi setidaknya 17 sektor ekonomi kreatif yakni terdapat sektor berupa fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, aplikasi, permainan, kriya, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fashion, kuliner, film baik itu animasi maupun video. Adanya sub sektor tersebut menunjukkan bahwa sektor ekonomi sangat bervariasi dan beragam, sehingga dalam zaman ini adanya kreativitas perlu dipatenkan agar karya, ide, dan inovasi dapat diakui dengan dokumen hak kekayaan intelektual (HKI).

Dampak Shopee Terhadap Pelaku UMKM

Ekonomi Kreatif di Era Industri 4.0

Pada era 4.0 pemanfaatan potensi internet untuk menunjang kegiatan dan aktivitas perekonomian dalam pemanfaatan pemasaran sebuah produk dengan mengedepankan ide serta kreativitas dalam hal ini ekonomi kreatif muncul menjadi sebuah strategi dalam melakukan sebuah kegiatan perekonomian dengan mengedepankan potensi dari era industri 4.0. Istilah ekonomi kreatif sendiri muncul dari sebuah buku yang berjudul *“The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”* yang terbit pada tahun 1997 yang ditulis oleh John Hawkins, dalam hal ini John Hawkins mengartikan bahwa ekonomi kreatif adalah penciptaan sebuah produk dan nilai yang melalui ide, dalam hal ini juga kita dapat melihat bahwa sebenarnya ekonomi kreatif bukan suatu hal yang baru namun di Indonesia sendiri masih terbilang kurang dalam memanfaatkan digitalisasi untuk membentuk sebuah ekonomi

kreatif, sehingga kolaborasi antara ekonomi kreatif dengan era digitalisasi merupakan sebuah hal yang penting untuk terus memberikan inovasi dan ide agar dapat memiliki daya saing di era industri 4.0.

Pemanfaatan kecerdasan buatan atau yang biasa disebut sebagai AI (*Artificial Intelligence*), *sharing economy*, dan *internet of thing* serta berbagai fenomena-fenomena lainnya di era industri 4.0 menjadikan inovasi serta kreativitas merupakan sebuah komponen penting dalam bersaing di dunia ekonomi baik itu yang berskala global maupun lokal. Dalam era ini lah ekonomi kreatif menjadi sebuah isu strategis untuk terus dikaji serta didalami lebih mendalam supaya dapat menyelaraskan antara pola ekonomi dengan teknologi digital, ekonomi kreatif sendiri merupakan sebuah konsep dengan mengintensifkan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif untuk dalam memanfaatkan teknologi dan informasi untuk ditransformasikan melalui kemampuan dan ide untuk memberikan faktor produksi yang bersifat utama dalam menjalankan perputaran roda perekonomian.

Ekonomi kreatif juga memiliki peranan penting dalam era 4.0 ini karena pada era inilah momen dimana pemulihan sektor ekonomi pasca pandemi covid-19 dapat terus berputar dengan peranan ekonomi kreatif melalui sektor UMKM, dalam hal ini model aktivitas ekonomi mengalami perubahan yang cukup drastis yakni yang awalnya sebuah kegiatan perekonomian dahulu harus berinteraksi secara tatap muka langsung namun kini transaksi perekonomian dapat langsung diakses melalui platform digital sehingga tidak diperlukan interaksi secara luring namun dengan interaksi daring aktivitas perekonomian dapat berjalan, dengan adanya pasar digital sehingga hal tersebut merubah segi emosional para konsumen karena adanya pasar digital lebih menjanjikan karena sudah marak dan cukup berkembang tidak hanya itu juga pasar digital memiliki jangkauan dan cakupan yang lebih variatif dan luas, adanya hal ini juga berpengaruh terhadap para produsen yakni dapat mengembangkan skill dari para produsen tersebut dengan memberikan metode pemasaran yang lebih menarik maupun branding yang dapat meyakinkan konsumen untuk membeli produknya, selain itu adanya marketplace digital dapat menjanjikan para produsen untuk mengembangkan pasar yang lebih luas.

Dalam era sekarang ekonomi kreatif tidak sekedar berputar di sektor kuliner, barang, maupun jasa saja akan tetapi kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif membagi setidaknya 17 sektor ekonomi kreatif yakni terdapat sektor berupa fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, aplikasi, permainan, kriya, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fashion, kuliner, film baik itu animasi maupun video. Adanya sub sektor tersebut menunjukkan bahwa

sektor ekonomi sangat bervariasi dan beragam, sehingga dalam zaman ini adanya kreativitas perlu dipatenkan agar karya, ide, dan inovasi dapat diakui dengan dokumen hak kekayaan intelektual (HKI).

Dampak Shopee Terhadap Pelaku UMKM

UMKM merupakan sebuah sektor yang penting dalam roda perekonomian sebuah negara, tanpa kita sadari bahwa sektor UMKM telah menyumbang 60% produk domestik bruto nasional, sektor tersebut juga membuka lapangan kerja hal tersebut dapat kita lihat dari masa pandemi banyak para tenaga kerja yang telah kehilangan lapangan kerjanya dengan adanya hal tersebut maka sektor UMKM menjadi sebuah pilar dalam pemulihan kondisi pasca pandemi sehingga 97% penyerapan tenaga kerja diserap melalui sektor ini pasca pandemi. Seiring perkembangan zaman akan muncul sebuah teknologi baru, dalam hal ini teknologi digital menjadi sebuah komponen yang perlu diperhatikan sehingga kedepannya teknologi digital dapat dimanfaatkan dengan baik di berbagai sektor. Di masa perkembangan sebuah teknologi yang begitu pesat muncul sebuah platform penjualan berbasis online yang dimana peluang dalam mempromosikan serta peningkatan jumlah produksi maka para pelaku dan individu UMKM dituntut untuk mengikuti perkembangan yang ada dengan dapat memaksimalkan serta menguasai penggunaan platform jual beli yang berbasis digital atau online, yang pastinya jika setiap pelaku UMKM dapat memaksimalkan platform tersebut maka dapat dipastikan akan merasakan dampak yang berbeda dengan dibandingkan dengan melakukan cara penjualan sebagaimana biasanya, hal tersebut akan dirasakan oleh para pelaku UMKM sendiri dengan mendapatkan jumlah kuantitas produk yang semakin meningkat, jumlah untung yang meningkat, meningkatkan kesempatan kerja bagi masyarakat lain, jumlah promosi yang semakin luas, dan yang terpenting adalah dapat mengembangkan ide dan kreatifitas untuk selalu siap bersaing dan peningkatan daya saing.

Arus perkembangan digitalisasi memunculkan sebuah inovasi berupa marketplace, yang dimana wadah tersebut merupakan sebuah sarana sebuah aktivitas ekonomi melalui situs online untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli di platform digital secara online untuk saling berinteraksi dalam melakukan sebuah transaksi jual beli, salah satu marketplace yang ternama yakni Shopee, platform tersebut merupakan sebuah perusahaan e-commerce yang dikelola oleh SEA Group, Shopee sendiri masuk di Indonesia pada tahun 2015 dan di Indonesia Shopee dikelola oleh PT Shopee International Indonesia. Shopee sendiri sangat diterima oleh masyarakat Indonesia karena pada dasarnya Shopee

menggunakan sistem C2C yakni (Customer to Customer). Perkembangan Shopee di Indonesia sangatlah cepat dan pesat karena fitur yang disediakan sangat beragam dan variatif.

Kemunculan aplikasi Shopee merupakan sebuah kesempatan untuk para pelaku usaha mikro kecil menengah untuk dapat mengembangkan usahanya agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Penggunaan akun Shopee telah digunakan oleh banyak orang tercatat pada tahun 2023 bulan Ramadhan Shopee menjadi pilihan utama untuk melakukan transaksi jual beli dengan total 46% jumlah total pangsa pengembangan pasar, jumlah tersebut jika dibandingkan dengan empat aplikasi *e-commerce* seperti lazada, tiktok shop, dan tokooedia aplikasi shopee menduduki peringkat pertama untuk aplikasi paling trend dan juga sering digunakan dalam melaksanakan proses transaksi jual beli. Shopee sendiri masih menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia banyaknya fitur yang disediakan serta promo yang menarik menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat Indonesia seperti promo gratis ongkos kirim hal tersebut memberikan dampak yang sangat besar serta daya tarik utama tercatat juga bahwa promo gratis ongkir sendiri menjadi pilihan utama bagi masyarakat karena adanya kemudahan fitur yang tidak hanya menguntungkan penjual namun pembeli juga mendapatkan untung dengan adanya promo gratis ongkos kirim disusul dengan promo lain seperti *voucher* potongan *discount* harga, *cash back*, *flash sale* yang biasanya juga menawarkan harga barang yang lebih terjangkau dan juga banyak lagi hadiah dan event menarik yang telah ditawarkan oleh *shopee*.

Dampak Shopee sendiri terhadap para pelaku UMKM memiliki dampak yang sangat besar, adanya aplikasi Shopee menjadikan sebuah kemudahan bagi para pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya saat di masa kondisi sulit yakni wabah covid-19, hal tersebut berdampak karena roda perekonomian sebuah negara masih bisa berputar dengan adanya para pelaku UMKM dan juga sektor tersebut menjadi penyelamat di tengah kondisi yang sulit. Banyaknya fitur yang disediakan seperti Shopee food, didalam fitur tersebut terdapat berbagai penawaran yang menarik para konsumen banyaknya *discount*, gratis ongkos kirim menjadi sebuah hal yang menarik oleh konsumen sehingga para konsumen terkadang lebih memilih membeli makanan melalui Shopee *Food* dibandingkan membeli langsung ditempat. dalam fitur tersebut juga memberikan sebuah gambaran untuk mengetahui produk makanan yang terlaris dan juga terpercaya dengan hanya melihat rata-rata penilaian yang diberikan oleh konsumen sebelumnya sehingga semakin tinggi rata-rata nilai dan bintangnya maka produk dari UMKM tersebut sudah memiliki kepercayaan yang tinggi oleh para konsumen. Metode pencairan dana di Shopee juga cukup mudah dengan menyertakan rekening maka dana tersebut akan cair dan akan dikirimkan melalui metode transfer ke rekening yang telah

didaftarkan, perbandingan antara pembelian langsung di toko dengan melalui aplikasi Shopee terpaut cukup jauh secara persentase, 30% masyarakat memilih untuk membeli di toko langsung sedangkan 70% memilih untuk membeli melalui *Shopee Food* hal tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Shopee sangat efektif dan memiliki dampak yang besar untuk pelaku UMKM.

Dampak yang dapat dirasakan oleh para pelaku UMKM di aplikasi Shopee sata adanya beberapa event yang diadakan oleh Shopee salah satunya yakni *event* Shopee 9.9, adanya *event* tersebut mendorong banyak pertumbuhan ekonomi di daerah-daerah Indonesia, kemeriahan dari adanya *event* tersebut juga dirasakan oleh para pelaku UMKM pasalnya para pelaku mendapat pesanan yang lebih banyak dan membludak pada puncak kampanye Shopee 9.9. Adanya hal tersebut menjadi sebuah keuntungan untuk mengembangkan bisnis lokal terutama UMKM agar mendapatkan manfaat yang lebih besar dari adanya aplikasi Shopee dan juga event yang diadakan oleh aplikasi tersebut.

Selaras dengan tujuan Shopee yakni #Shopeeadauntuk UMKM maka hal tersebut dapat menjadi sebuah batu loncatan untuk para pelaku bisnis, produk lokal serta para pelaku UMKM untuk dapat mengembangkan ekspansi bisnis yang lebih besar dan luas untuk meraih sebuah hasil yang maksimal dan jumlah keuntungan yang lebih banyak, adanya hal tersebut juga menjadi sebuah peluang untuk selalu berinisiatif dalam mengembangkan konsistensi bisnis yang dijalankan oleh para pelaku UMKM sehingga dapat menjadi sumber inspirasi untuk orang-orang yang akan melakukan sebuah bisnis yang mandiri, kreatif, dan inovatif.

Marketplace Shopee Sebagai pengembangan ekonomi kreatif di Desa Pakel Kabupaten Jombang

Shopee telah banyak dikenal oleh masyarakat dengan berbagai kemudahan serta fitur-fitur yang beragam serta kebermanfaatannya baik bagi para konsumen hingga para pelaku UMKM. Desa Pakel merupakan desa yang terletak di Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang, desa pakel sendiri memiliki potensi dalam pengembangan sektor ekonomi berupa para pelaku UMKM, Desa Pakel sendiri memiliki berbagai jenis para pelaku UMKM di bidang kuliner berupa makanan ringan dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam berupa tumbuhan seperti pisang dan singkong, jenis-jenis makanan ringan tersebut berupa keripik, kerupuk, kue ringan, dan bumbu masak.

Aplikasi shopee sendiri sangat familiar di kalangan masyarakat umum karena kemudahan akses untuk melakukan transaksi jual beli dengan aman dan nyaman. Namun sangat disayangkan banyak para pelaku UMKM memulai bisnis di shopee dengan terjun

bebas tanpa strategi untuk mengembangkan bisnis yang lebih besar, sehingga hasil yang diharapkan kurang maksimal dalam memanfaatkan aplikasi shopee. Dalam hal ini Desa Pakel memiliki banyak sekali para pelaku ekonomi kreatif yakni para UMKM, banyaknya para pelaku UMKM dapat menjadikan potensi dengan difasilitasi oleh para aparat desa dengan melakukan upaya untuk mengakomodir para UMKM agar dapat membesarkan pasar yang lebih luas. Namun selama kelompok KKNT 09 UPN Veteran Jawa Timur dengan skema wirausaha selama survei menemukan berbagai macam problematika dalam pemasaran dan pengembangan produk dari para pelaku UMKM, salah satunya adalah para pelaku UMKM Desa Pakel masih kurang melek dalam teknologi yakni penggunaan aplikasi e-commerce sehingga sangat disayangkan jika para pelaku UMKM masih belum memahami penggunaan aplikasi shopee.

Para pelaku UMKM masih menggunakan cara tradisional dalam pemasaran dengan cara memberikan informasi dari mulut ke mulut sehingga pasar yang diperoleh hanya di kawasan satu desa itu saja, adapun cara lain dengan menggunakan *whatsapp* dengan memasarkan melalui fitur *snap whatsapp*, namun itu hanya beberapa UMKM saja yang menggunakan fitur pemasaran melalui *whatsapp* namun secara keseluruhan para pelaku UMKM masih menggunakan cara-cara lama dalam memasarkan produknya. Adanya hal ini kelompok KKNT 09 UPN Veteran Jawa Timur mengadakan penyuluhan mengenai *digital marketing* dengan menggunakan aplikasi *shopee* dengan mengundang para UMKM yang ada di Desa Pakel, sehingga dengan adanya hal tersebut dapat memberikan edukasi bagi para pelaku UMKM yang ada di Desa Pakel.

Dalam hal ini kelompok KKNT 09 memberikan berbagai masukan dan saran baik untuk para pelaku UMKM dan para aparat pemerintahan Desa Pakel yakni salah satunya untuk memanfaatkan dan pengoptimalisasian aplikasi shopee dalam pengembangan potensi yang dimiliki oleh Desa Pakel yakni sektor UMKM, pada kesempatan ini kelompok 09 KKNT UPN memberikan masukan berupa pembuatan aplikasi shopee khusus untuk desa agar dapat mengakomodir produk-produk yang ada di Desa Pakel, dalam hal ini dengan adanya pengintegrasian satu pintu melalui aplikasi Shopee desa dapat memanfaatkan dan mengembangkan potensi UMKM di tengah industri 4.0 yang serba digital. Adanya pengembangan dengan cara pengintegrasian satu pintu shopee untuk seluruh UMKM yang ada di Desa Pakel dapat memberikan pengetahuan terhadap masyarakat desa serta para aparat pemerintahan desa agar siap untuk bersaing di era digitalisasi serta dapat mengembangkan para UMKM Desa Pakel untuk menuju pasar yang lebih besar.

KESIMPULAN

Industri 4.0 merupakan sebuah era yang dimana hampir semua aktivitas ditunjang oleh teknologi digital, adanya teknologi tersebut membantu di berbagai sektor salah satunya yakni munculnya aplikasi e-commerce yakni shopee. Era digitalisasi juga memberikan sebuah pola baru dalam memajukan dan menunjang ekonomi kreatif adanya aplikasi shopee memberikan dampak yang sangat besar baik untuk para konsumen untuk mencari kebutuhan dalam sehari-hari dengan berbelanja melalui aplikasi serta untuk para produsen agar dapat memasarkan dan membuka wilayah bisnis yang lebih luas. Munculnya aplikasi shopee juga memberikan dampak yang besar bagi para pelaku UMKM terkhusus jika di aplikasi tersebut terdapat fitur dan juga berbagai promo yang ada akan menambah kuantitas pesanan yang diterima oleh UMKM sehingga dapat menambah nilai tambah dari para pelaku UMKM tersebut. Untuk memanfaatkan aplikasi shopee dalam mengembangkan potensi UMKK Kelompok KKNT 09 UPN Veteran Jawa Timur melakukan sebuah upaya dengan memberikan pembekalan terhadap UMKM Desa Pakel mengenai digital marketing untuk memberikan wawasan terkait pemasaran digital, selain itu dalam memaksimalkan shopee untuk pengembangan UMKM di buatlah sebuah gerai di shopee satu pintu untuk Desa Pakel agar dapat mengakomodir produk UMKM Desa pakel agar siap bersaing di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (n.d.). *PENTINGNYA DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM DI ERA 4.0*.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA UKM DALAM MENGHADAPI ERA INDUSTRI 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3). <https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.2799>
- Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (n.d.). *PENTINGNYA DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM DI ERA 4.0*.
- Ichsan, R. N., Nazlah,), Panggabean, R., & Syahbudi, M. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN INOVASI BERBASIS EKONOMI KREATIF* (Vol. 30, Issue 3).
- Arrizal, Z., & Sofyantoro, S. (2020). *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi*. 2(1), 39–48.

- Alhada, M., Habib, F., Kunci, K., Masyarakat, P., Kreatif, E., Bumdesa, ;, Peningkatan, ;, Pemberdayaan, E. ;, & Masyarakat, E. (2021). Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy KAJIAN TEORITIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN EKONOMI KREATIF. |, 82(2), 2776–7434. <https://doi.org/10.21274>
- Rofaida, R., Nur Aryanti, A., Perdana, Y., & Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, F. (n.d.). *Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0.*
- Karamoy, H., & Tirayoh, V. (2022). *Ekonomi Kreatif Menghadapi Era.* 4(3), 113–119. <https://doi.org/10.35799/vivabio.v4i2.43567>
- Puspa Sari, R., Teguh Santoso, D., Ronggowaluyo, J. H., & Timur, T. (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, 3(1), 37–42. <http://jurnal.unsur.ac.id/index.php/JMTSI>
- Pragantha, J., Setyaningsih, E., Orlando, S., & Liman, H. L. (2021). *PEMBUATAN WEBSITE SEBAGAI SARANA UNTUK MEMPROMOSIKAN ORGANISASI PROFESI.*
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2).
- Palupi, G. (2022, August 28). *Shopee Masih Jadi E-Commerce Pilihan Utama Masyarakat Indonesia.* GoodStats. <https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn>
- Prasticha, L. (2022, June 24). *Ekonomi Kreatif: Strategi Ekonomi Era Revolusi Industri 4.0.* Kumparan. <https://kumparan.com/lydia-ike-julia-prasticha/ekonomi-kreatif-strategi-ekonomi-era-revolusi-industri-4-0-1yKU6Csji3e>
- Islamiyah, R. (2019, September 6). *Penerapan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0* (Oleh: Riska Islamiyah). Humasfisisipunhas. http://www.humanisfisisipunhas.or.id/2019/09/penerapan-ekonomi-kreatif-di-era_8.html
- MPR UNAS. (2022, November 30). *HADAPI INDUSTRI 4.0 DIPERLUKAN SDM YANG BERKUALITAS, KREATIF, DAN KAYA INOVASI.* Universitas Nasional Pionir Perubahan. <https://www.unas.ac.id/berita/hadapi-industri-4-0-diperlukan-sdm-yang-berkualitas-kreatif-dan-kaya-inovasi>