



Sosialisasi Peningkatan Produksi dan Penjualan Melalui Aplikasi Shopee untuk Srikandi *Coffee* Tanggamus

Riska Agi Sawitri^{1*}, Cintya Sukma Widita¹, Fahul Rizki¹, Tahta Herdian Andika¹, Afiska Prima Dewi¹, Tri Arya Putra¹, Adib Hasan¹

¹Fakultas Sosial dan Bisnis, Universitas Aisyah Pringsewu, Lampung, Indonesia

*Email korespondensi: riskaagisawitri@gmail.com

Info Artikel: Diterima: 07 Januari 2023 ; Disetujui: 05 April 2023; Dipublikasi: 07 Juni 2023

Abstract: Kondisi ekonomi di Pekon Ngarip Kecamatan Ulu Belu belum dalam kategori stabil, karena pertumbuhan ekonomi yang tidak merata, kualitas sumber daya manusia yang rendah, dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang ekonomi. Mayoritas mata pencaharian masyarakat Pekon Ngarib adalah petani kopi. Hasil pertanian kopi langsung dijual ke pengepul. Hal ini sangat disayangkan karena hasil penjualan hasil pertanian yang dibeli pengepul tidak mendapatkan hasil yang diharapkan. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama dalam meningkatkan produksi dan penjualan melalui aplikasi e-commerce seperti shopee. Peserta akan diajarkan bagaimana cara mencatat inventory, membuat kemasan produk yang menarik, dan melakukan pemasaran online dengan membuat akun di shopee untuk penjualan produk. Sasaran pengabdian masyarakat ini adalah 270 anggota Koperasi Produsen Srikandi Maju di Pekon Ngarib Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus Lampung. Metode pengabdian kepada masyarakat adalah dengan melakukan sosialisasi. Dalam kegiatan ini terdapat sesi penyampaian materi dan sesi tanya jawab (QnA) antara pemateri dan peserta. Peserta dapat mengikuti kegiatan secara konduktif dari awal acara hingga akhir. Beberapa hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain 1) Membantu pengelolaan inventaris produk Kopi Srikandi dengan membuat persediaan kartu stok, 2) Membantu merancang kemasan produk kopi dari Kopi Srikandi agar lebih menarik, dan 3) Membantu koperasi dalam membuat akun shopee untuk penjualan.

Kata kunci: Produksi, Penjualan, Shopee

How to Cite:

Sawitri, R. A., Widita, C. S., Rizki, F., Andika, T. H., Dewi, A. P., Putra, T. A., & Hasan, A. (2023). Sosialisasi Peningkatan Produksi dan Penjualan Melalui Aplikasi Shopee untuk Srikandi Coffee Tanggamus. *Sricommer: Journal of Sriwijaya Community Services*, 4(1): 1-8. DOI: <https://doi.org/10.29259/jscs.v4i1.112>

1. PENDAHULUAN

Menurut UU No. 25 Tahun 1992 (Indonesia, 2012), Koperasi produsen adalah koperasi yang anggotanya-anggotanya adalah para produsen. Anggota koperasi ini adalah pemilik (*owner*) dan pengguna pelayanan (*user*). Dalam kedudukannya sebagai produsen, anggota koperasi produsen mengolah bahan baku/*input* menjadi barang jadi/*output*, sehingga menghasilkan barang yang dapat diperjualbelikan, memperoleh sejumlah keuntungan dengan transaksi dan memanfaatkan kesempatan pasar yang ada. Kondisi perekonomian di Pekon Ngarip, Kecamatan Ulu Belu belum dapat dikatakan stabil, dikarenakan pertumbuhan ekonomi yang tidak merata, rendahnya kualitas sumber daya manusia serta minimnya pengetahuan masyarakat tentang ekonomi. Mayoritas penduduk di Pekon Ngarib adalah petani kopi. Hasil dari pertanian masyarakat dijual langsung ke

pengepul. Hal ini sangat disayangkan dikarenakan penjualan dari hasil tani yang dibeli oleh pengepul tidak memperoleh hasil sesuai dengan yang diharapkan. Pengepul membeli hasil tani dengan harga yang rendah. Oleh karena itu, maka para petani sepakat untuk membentuk Koperasi Produsen Srikandi Maju.

Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama adalah salah satu koperasi yang beranggotakan wanita tani kopi ulu belu, yang letaknya di Pekon Ngarib Kecamatan Ulu Belu, Kabupaten Tanggamus, Lampung. Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama selain sebagai wadah petani kopi ulu belu menjual hasil pertanian kopi dari para anggota, koperasi juga menghasilkan produk kemasan kopi yang diberi nama srikandi *coffee*. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penghasilan anggotanya, ada 2 produk yang telah dihasilkan : kopi petik merah yaitu dari biji kopi robusta pilihan dan kopi premium srikandi dari biji kopi robusta pelangi. Produk kopi tersebut dijual langsung kepada masyarakat Pekon Ngarib, Kecamatan Ulu Belu, Kabupaten Tanggamus dan juga di masyarakat luar Lampung. Permasalahan yang terjadi pada Koperasi Produsen Srikandi Maju adalah belum adanya pengelolaan persediaan yang berjalan dengan baik. Dengan tidak tahunya berapa persediaan kopi kemasan yang diproduksi dan siap untuk dijual serta selain masalah pengelolaan persediaan, permasalahan lain yang timbul adalah pengemasan produk yang belum menarik dan pemasaran yang masih bersifat lokal dan belum berkembang.

Peran kemasan produk antara lain berfungsi untuk mengamankan kualitas produk, berkomunikasi antara produk dengan konsumen, serta untuk menambah kenyamanan dalam proses penjualan ke pasar yang lebih luas yang pada akhirnya akan mempengaruhi volumen penjualan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kegagalan kemasan produk tergantung pada harga kemasan yang mahal, kurang ekonomis, labelisasi yang kurang informatif, serta pencemaran lingkungan (Pulungan, 2018). Yuliani & Widyakanti (2020) menjelaskan bahwa apabila mitra kurang memiliki pengetahuan tentang kemasan, maka hasil produk akan kalah bersaing di pasar. Selain itu kemampuan produk hanya melayani satu pasar saja, yaitu pasar tradisional.

E-commerce diartikan sebagai sistem yang digunakan untuk memasarkan suatu produk menggunakan internet. Penggunaan *e-commerce* untuk bertransaksi dapat dilakukan pada website maupun aplikasi. Jaringan internet akan memudahkan transaksi barang maupun jasa pada *e-commerce* sehingga produk lokal dapat mendunia dan meningkatkan perekonomian dalam negeri (Fitriyadi, 2019). *E-commerce* dapat memberikan informasi pasar untuk melakukan B2B serta mampu menjadi komunitas yang berbasis bisnis. Penggunaan *e-commerce* akan membantu dalam menghemat waktu baik pedagang maupun pelanggan sehingga kegiatan transaksi menjadi lebih efisien. Selain itu, keberadaan *e-commerce* akan memberikan data pelanggan yang cukup akurat sehingga pedagang dapat mengetahui keinginan pelanggan dalam membeli barang sekaligus melakukan promosi yang sesuai dengan kondisi pelanggan (Irmawati, 2011).

E-commerce dapat digunakan dan tersedia selama 24 jam sehingga pengguna *e-commerce* hanya perlu mengkoneksikan perangkatnya ke internet untuk melakukan belanja online dengan cepat (Jamaludin, 2015). *E-commerce* merupakan salah satu solusi dalam meningkatkan penjualan produk UMKM. Layanan penjualan yang ditawarkan oleh *e-commerce* menjadikan sebuah peluang bagi pelaku UMKM untuk menjual produk buatannya. Hal ini berdampak pada tingkat pemasaran yang luas sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi semakin tinggi karena adanya permintaan konsumen yang terus mempengaruhi penjual untuk melakukan inovasi produk buatannya (Sunarti, 2019).

2. STUDI PUSTAKA

2.1 Pengertian Koperasi

Koperasi adalah sebuah entitas ekonomi yang beranggotakan sekelompok orang dengan kepentingan yang sama untuk menyediakan dan menjual produk serta membagikan keuntungannya berdasarkan kontribusi dari setiap anggotanya. Berdasarkan Undang-undang (UU) Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, pada Pasal 1 (Indonesia, 2012) dijelaskan, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasar prinsip koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat atas asas kekeluargaan. Koperasi adalah sekumpulan orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk berjuang meningkatkan kesejahteraan ekonomis mereka melalui pembentukan sebuah badan usaha yang dikelola secara demokratis (Rudianto, 2010).

Koperasi merupakan badan usaha yang mengorganisir pemanfaat dan pemberdayaan sumber ekonomi, untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang berusaha untuk mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur merata secara material dan sosial. Dalam usahanya tersebut pemerintah terus-menerus berusaha untuk melakukan pembangunan di segala bidang terutama di bidang perekonomian karena bidang ini mempunyai pengaruh yang sangat besar, karna keberhasilan bidang ekonomi merupakan cerminan tercapainya tujuan pembangunan nasional yang salah satunya (Sarwengga, 2014) yaitu menciptakan masyarakat yang sejahtera. Pendirian koperasi merupakan salah satu usaha untuk melaksanakan pembangunan di bidang perekonomian.

2.2 Pengertian Produksi

Produksi merupakan suatu proses menghasilkan produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan baik barang atau jasa. Menurut Sofjan Assauri (2008) yang dimaksud dengan produksi adalah "kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan dan menambah kegunaan atau utilitas suatu barang atau jasa. Faktor-faktor produksi terdiri atas tanah atau alam, modal, tenaga kerja, keterampilan manjerial serta keterampilan teknis dan teknologi". Produksi menurut Irham Fahmi (Fahmi, 2012) adalah "suatu yang dihasilkan oleh perusahaan baik bentuk barang (*goods*) maupun jasa (*service*) dalam suatu periode waktu yang selanjutnya dihitung sebagai nilai tambah bagi perusahaan".

2.3 Penjualan

Penjualan sering kali diartikan sebagai kegiatan menawarkan produk baik barang dan jasa kepada konsumen yang menghasilkan laba (Destiani, 2019). Saat ini penjualan secara online menjadi salah satu upaya yang dilakukan setiap perusahaan untuk meningkatkan penjualannya dengan memanfaatkan *gadget*. *E-commerce (Elektronik Commerce)* atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan Secara Elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Penjualan online atau *e-commerce* adalah suatu aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan toko dan konsumen melalui transaksi elektronik dan dapat membantu pihak toko dalam pemasaran produk yang maksimal (Sukisno, 2017).

Dalam transaksi tersebut menggunakan komputer sebagai perantaranya. Menurut Shely Cashman yang dikutip oleh (Dhinarti, 2019) *E-commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Beberapa *e-commerce* yang dapat digunakan oleh koperasi salah satunya adalah Aplikasi Shopee. Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited, yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam.

3. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan secara tatap muka di Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama pada hari Senin tanggal 10 Oktober 2022, dengan 270 anggota Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama. Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan sebagai berikut: (1) tahap pertama persiapan yang dilakukan adalah menganalisa masalah dan kebutuhan. (2) Tahap kedua yaitu pelaksanaan, yakni terbagi menjadi 3 sesi yaitu: sesi pertama penyampaian materi mengenai pengelolaan persediaan. Sesi kedua menyampaikan tentang desain pengemasan kopi yang menarik dan unik pada produk kopi, Sesi ketiga penyampaian materi pembuatan akun dan pengaplikasian shopee untuk penjualan produk. (3) Tahap terakhir adalah evaluasi. Evaluasi ini dilakukan dengan meminta tanggapan dari anggota koperasi maupun ketua atas pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah dengan mengadakan sosialisasi atau penyuluhan di Pekon Ngarib, Kecamatan Ulu Belu, Kabupaten Tanggamus, Lampung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Bentuk Kegiatan

Acara kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul “Sosialisasi Peningkatan Produksi Dan Penjualan Melalui Aplikasi Shopee Untuk Srikandi *Coffee* Tanggamus” telah dilaksanakan pada hari Senin tanggal 10 Oktober 2022 di Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama . Kegiatan pengabdian masyarakat ini dihadiri 270 anggota Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama. Pelaksanaan kegiatan menekankan pada model penyampaian materi yang menarik dan diskusi yang interaktif. Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa sesi sebagai berikut:

a. Tahap Pembukaan

Pada sesi ini diawali dengan pembukaan dari pembawa acara, menyanyikan lagu Indonesia Raya dan dilanjutkan sambutan dari pihak Ketua Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama.



Gambar 1: Kata Sambutan dari pihak Ketua Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama

b. Tahap Penyampaian Materi

Sesi materi ini meliputi penyampaian materi dan sesi tanya jawab atau diskusi interaktif. Penyampaian materi dibagi menjadi 3 sesi. Sesi pertama materi yang disampaikan adalah materi tentang pengelolaan dan pencatatan persediaan yang disampaikan oleh Riska Agi Sawitri, S.E., M.Si. Materi kedua menyampaikan tentang desain pengemasan kopi yang menarik dan unik pada produk kopi yang disampaikan oleh Afiska Prima Dewi, S.Gz., M.Gz. Materi ketiga menyampaikan tentang pembuatan akun dan pengaplikasian shopee untuk penjualan produk yang disampaikan oleh Tahta Herdian Andika, S.Kom., M.T.I.

Pemateri pertama menyampaikan informasi mengenai: pengelolaan dan pencatatan persediaan. Materi ini membantu memberikan informasi kepada anggota koperasi mengenai pengelolaan persediaan dengan cara melakukan pembukuan dan pencatatan persediaan. Pemateri pertama menjelaskan tentang pencatatan persediaan, penggunaan kartu persediaan, dan penilaian persediaan.



Gambar 2: Penyampaian Materi oleh Narasumber kepada Peserta UMKM

Pemateri kedua menyampaikan informasi mengenai : desain pengemasan kopi yang menarik dan unik pada produk kopi. Materi ini membantu memberikan informasi kepada anggota koperasi mengenai pengemasan kopi agar kopi dapat tahan lama. Pemateri kedua menjelaskan tentang klasifikasi kopi, senyawa yang membentuk aroma di dalam kopi, pengolahan kopi, jenis kopi asli Indonesia, kemasan kopi. Pemateri ketiga menjelaskan tentang pembuatan akun dan pengaplikasian shopee untuk penjualan produk. Pemateri ketiga menyampaikan informasi mengenai: penggunaan aplikasi shopee untuk penjualan produk srikandi *coffee*. Materi ini membantu memberikan informasi kepada anggota koperasi mengenai pembuatan akun dan cara penggunaan aplikasi dalam penjualan. Pemateri ketiga menjelaskan tentang aplikasi shopee, pembuatan akun, pengaplikasian penggunaan shopee dalam penjualan produk srikandi *coffee*.



Gambar 3: Sosialisasi Penggunaan Aplikasi Shopee kepada Peserta UMKM

c. Tahap Penutup

Pada sesi akhir ini ditutup dengan penyampaian terima kasih atas apresiasi perhatian dari para anggota koperasi dan diadakan *doorprize* bagi anggota yang bisa menjawab pertanyaan dari pelaksana pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan hasil yang sangat positif yaitu memberikan pengetahuan mengenai pengelolaan persediaan, pengemasan, pemanfaatan aplikasi shopee guna untuk meningkatkan produksi dan penjualan produk srikandi *coffee*. Hasil dari kegiatan ini dapat diuraikan dalam indikator sebagai berikut:

1. Peserta dapat mengikuti dengan kondusif dari awal acara hingga akhir.
2. Peserta anggota koperasi memahami informasi mengenai pengelolaan persediaan, pengemasan yang baik, dan aplikasi shopee sebagai alat pemasaran atau penjualan.
3. Pelaksana pengabdian masyarakat membantu dalam pengelolaan persediaan produk srikandi *coffee* dengan membuatkan kartu stok persediaan.

Pelaksana pengabdian masyarakat juga membantu dalam mendesain kemasan produk kopi dari srikandi *coffee* agar lebih menarik minat pembeli, dan membantu koperasi membuat akun shopee untuk penjualan secara *online*.

5. SIMPULAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa: (1) Para peserta (anggota koperasi) mengikuti kegiatan sosialisasi peningkatan produksi dan penjualan melalui aplikasi shopee untuk srikandi *coffee* tanggamus secara kondusif dan berperan aktif. (2) Berdasarkan hasil umpan balik dari peserta, didapatkan penilaian bahwa kegiatan ini sangat relevan dengan kebutuhan para anggota koperasi dan pengurus koperasi untuk menjalankan koperasi. (3) Para peserta merasa mendapatkan wawasan yang lebih luas tentang pengelolaan persediaan, pengemasan produk dan pemasaran produk menggunakan *digital marketing*, dan dengan sosialisasi ini peserta dapat meningkatkan kesejahteraannya. Saran untuk kegiatan ini adalah Dengan bertambahnya pengetahuan dan informasi tentang peningkatan produksi dan penjualan melalui aplikasi shopee untuk srikandi *coffee* tanggamus dapat diaplikasikan dalam pengelolaan persediaan, pengemasan, pemanfaatan aplikasi shopee untuk memasarkan produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilakukan tindak lanjut untuk meningkatkan produk – produk yang dihasilkan koperasi dan sebagai referensi pengabdian kepada masyarakat kedepan dengan melakukan perhitungan biaya produksi dan keuntungan serta melakukan inovasi kemasan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Melalui artikel ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak: (1) Wisnu Probo Wijayanto,S.Kep.Ners.M.A.N selaku Rektor Universitas Aisyah Pringsewu telah memberikan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai salah satu pemenuhan Tridharma Perguruan Tinggi; (2) Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Aisyah Pringsewu, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan sejak pengajuan usulan hingga penyusunan laporan; (3) Ketua Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama yang telah memberikan kesempatan dan telah menyediakan tempat kegiatan Sosialisasi Peningkatan Produksi dan Penjualan Melalui Aplikasi Shopee Untuk Srikandi *Coffee* Tanggamus dan seluruh peserta anggota Koperasi Produsen Srikandi Maju Bersama Pekon Ngarib, Kecamatan Ulu Belu, Kabupaten Tanggamus, Lampung.

REFERENSI

- Assauri, S. (2008). *Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan kedelapan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Destiani, Z. Z. (2019). Pengaruh Penjualan Hijab Syar'i Secara Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Kendari (Studi Kasus pada Toko Busana Hijab Emmy Hijabku Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sulawesi Utara). *Journal of Economic and Business*.
- Dhinarti, L. &. (2019). E-commerce Dalam Perspektif Fiqh Muamalat. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAIE) Proceeding* (p. 162). Yogyakarta: UII.
- Fahmi, I. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fitriyadi, E. P. (2019). Inovasi E-Commerce Dan Starup Sebagai Tantangan Masyarakat Industri 4.0. *Journal Teknologi Dan Informasi ESIT*, 34-39.
- Indonesia, P. R. (2012). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Pasal 1 Tentang Perkoperasian*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 161-171.
- Jamaludin, A. A. (2015). Pengaruh Promosi online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan

- Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21.
- Pulungan, M. H. (2018). *Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan*. UB.
- Rudianto. (2010). *Akuntansi Koperasi Edisi 2 Konsep dan Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwengga, O. A. (2014). Sistem Informasi Akuntansi Simpan Pinjam Berbasis WEB (Studi Kasus Pada Koperasi Bina Sejahtera Bandung). *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri*, 28-33.
- Sukisno, D. S. (2017). Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Menggunakan Metode Objek Oriented pada Distro Dlapak Street Wear. *Jurnal Sistem Informasi*, 5-8.
- Sulastri, S., Putri, Y. H., & Muthia, F. (2020). Peningkatan Produktivitas Usaha Tani melalui Kewirausahaan Masyarakat di Desa Tanjung Raya Kecamatan Sukamerindu, Kabupaten Lahat. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(2), 115-124.
- Sunarti, S. R. (2019). Peningkatan Pendapatan Ukm Pada Hacord Gallery Dengan Aplikasi Web Marketplace E-Commerce. *Jurnal Terapan Abdimas*, 166-171.
- Yuliani, R. d. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*.

