

## Penerapan Transformasi Digital Melalui Tokopedia Seller Apps untuk Memperluas Pemasaran Pada Pelaku UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Pada Pelita Petshop Medan)

Siti Aisyah<sup>1</sup>, Imamsyah<sup>1</sup>, Sugeng Arifandi Banurea<sup>1</sup>, Supardi<sup>1</sup>, Yudi Bimantaka<sup>1</sup>

1) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: siti.aisyah@uinsu.ac.id, imamsy986@gmail.com, sugengarifandi9@gmail.com, supardireal71@gmail.com, yudibimantaka3682@gmail.com

### Abstrak

Pelaku UMKM adalah para pelaku usaha yang sangat berperan penting dalam perekonomian suatu daerah, jika pelaku UMKM dapat menggunakan media teknologi yang sedang berkembang dalam usahanya maka semakin besar peluangnya untuk memajukan usahanya. Teknologi berkembang sangat pesat dan terus mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Oleh karenanya akan terus muncul tren digital marketing terbaru yang disesuaikan dengan kondisi dan situasi di tahun tersebut. Sudah banyak media yang dapat menjadi alternatif bagi banyak masyarakat Indonesia untuk memasarkan produk, salah satunya ialah Tokopedia Seller Apps. Namun tidak semua para pelaku UMKM paham tentang hal tersebut, oleh sebab itu penulis tertarik melakukan kegiatan Pengabdian yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai digitalisasi dalam berbisnis. Dengan terlaksananya kegiatan ini, penulis dapat menyimpulkan hasil kegiatan yang diperoleh yaitu: pihak UMKM yang sebelumnya masih belum menggunakan Tokopedia Seller Apps, namun sekarang sudah menggunakannya, pihak UMKM memperoleh perubahan yang signifikan dari penerapan Transformasi Digital melalui Tokopedia Seller Apps, yang mana perubahan tersebut menimbulkan respon positif bagi mereka.

Kata Kunci: Transformasi Digital; Tokopedia Seller Apps; UMKM; Pemasaran Digital

### Abstract

*MSME actors are business actors who play an important role in the economy of a region, if MSME actors can use developing technological media in their businesses, there will be greater opportunities to advance their business. Technology is developing very rapidly and continues to experience changes from year to year. Therefore, the latest digital marketing trends will continue to emerge, adjusted to the conditions and situations that year. There are already many media that can be an alternative for many Indonesian people to market their products, one of which is Tokopedia Seller Apps. However, not all MSME actors understand this, therefore the author is interested in carrying out community service activities that aim to provide knowledge about digitalization in business. By carrying out this activity, the authors can conclude that the results of the activities obtained are: MSME owners that previously did not use the Tokopedia Seller Apps, have now used them, MSME owners have obtained significant changes from implementing Digital Transformation through the Tokopedia Seller Apps, whose changes have resulted in a positive response for them.*

*Keywords: Digital Transformation; Tokopedia Seller Apps; MSME; Digital Marketing*

### Article History

*Received: 02 Januari 2023*

*Accepted: 06 Februari 2023*

## PENDAHULUAN

Teknologi berkembang pesat dan berubah dari tahun ke tahun. Itulah sebabnya tren digital marketing terkini terus bermunculan, disesuaikan dengan keadaan dan situasi di tahun ini. Pertumbuhan pasar e-commerce di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, apalagi di tahun ini akibat pandemi. Banyak konsumen yang belum pernah berbelanja online kini terpaksa mengandalkan platform belanja digital untuk memenuhi kebutuhannya. Pertumbuhan ini juga tidak terlepas dari perkembangan infrastruktur dan penetrasi digital di Indonesia. *E-commerce* telah menjadi pilihan banyak orang Indonesia untuk mencari dan membeli produk. Tahun ini hampir 88% pengguna internet Indonesia membeli produk secara online. Ekonomi digital Indonesia sendiri sebagian besar didorong oleh orang-orang yang lahir pada tahun 1990-an ke atas, yang secara aktif beradaptasi dengan teknologi digital dan lebih banyak menghabiskan waktu online. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama pembangunan ekonomi negara yang dapat

membuktikan ketahanannya dalam menghadapi krisis ekonomi. *E-commerce* dianggap sebagai salah satu saluran bisnis terpenting bagi UKM, dengan jangkauan penjualan yang luas hingga internasional dan target pasar yang lebih spesifik.

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau unit usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. Karena teknologi komputer telah berkembang sebagai sistem pengolah data yang canggih, komputerisasi merupakan solusi yang tepat di era digital seperti sekarang. Menurut analisis penulis, salah satu masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah masih banyak pelaku UMKM yang enggan bermitra dengan platform digital karena merasa kesulitan dalam mengaksesnya. UMKM kuliner yang sudah online hanya 13%, sisanya 87% belum online (Teten Masduki dalam Wijaya, 2020). UKM terus menghadapi beberapa tantangan, seperti:

(1) Pengetahuan digital, yang mengharuskan penjual untuk memahami fungsi Internet baru agar dapat menggunakannya dengan benar, (2) fasilitas yang sesuai untuk produksi dan penyimpanan barang yang lebih besar dari perspektif fungsional untuk menjaga kualitas produk, dan (3) personel yang memenuhi syarat untuk menyediakan. Digitalisasi merupakan salah satu cara untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM saat ini. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang kuat antara pemerintah dengan platform digital untuk mengembangkan sektor UMKM makanan dan minuman di Indonesia. Pemerintah harus menyiapkan program pemulihan ekonomi nasional yang meliputi juga pelaku UMKM. Tetapi tidak hanya pemerintah yang harus mempersiapkan program pemulihan ekonomi, pelaku UMKM juga harus siap. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan memperluas jangkauan pemasaran melalui penjualan online. Saat ini, terdapat banyak platform jual beli online yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM, di antaranya adalah Tokopedia.

Tokopedia adalah marketplace, mall online, toko online atau marketplace yang dikenal dengan e-commerce yang berdiri sejak 17 Agustus 2009. Tokopedia adalah platform yang mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung dengan jaminan keamanan yang tinggi. Saat Anda menggunakan Tokopedia, risiko penipuan sangat rendah atau bahkan tidak mungkin terjadi. Dalam 10 tahun pertama, Tokopedia sangat fokus pada kesetaraan finansial melalui sarana digital, dimulai dengan jual beli online. Pada April 2020, Tokopedia merilis aplikasi baru yang ditujukan khusus untuk penjual. Program ini disebut Penjual Tokopedia dan membantu penjual meningkatkan produktivitas mereka. Saat ini, Tokopedia menampung 7,8 juta penjual yang terhubung ke platform tersebut. Meskipun demikian, terdapat banyak UMKM yang masih menjalankan kegiatan pemasaran yang sederhana. Hal ini disebabkan oleh kendala dalam penggunaan teknologi, seperti ketidakmahiran dalam menggunakannya atau strategi pemasaran yang kurang menarik minat pembeli dengan kemasan dan visual yang kurang menarik.

Melihat hal tersebutlah yang membuat kami tertarik untuk membantu para pelaku UMKM dalam bidang penggunaan teknologi pada pemasaran produk agar tercapainya target penjualan yang lebih luas dan mendapatkan keuntungan yang sesuai. Tidak hanya memperluas pemasaran produk saja, juga berupaya agar brand dari produk tersebut akan lebih dikenal luas oleh masyarakat. Oleh karena itu penulis tertarik mengambil judul tentang "Penerapan Transformasi Digital Melalui Tokopedia *Seller Apps* untuk Memperluas Pemasaran Pada Pelaku UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Pada Pelita Petshop Medan)".

## METODE PELAKSANAAN

Desain penelitian ini mencakup semua proses yang diperlukan untuk merencanakan dan melakukan penelitian ini. Penelitian yang berjudul "Penerapan Transformasi Digital Melalui Tokopedia *Seller Apps* Untuk Memperluas Pemasaran Pada Pelaku UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Pada Pelita Petshop Medan)" ini dilakukan dengan menggunakan metodologi penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mengomunikasikan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data. Data adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan.

Menurut Whitney (1960: 160) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa yang terjadi pada saat sekarang atau masalah aktual. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memberikan gambaran tentang teknologi aplikasi marketplace yang tersedia saat ini, ada banyak aplikasi marketplace salah satunya yaitu tokopedia seller. Dengan adanya aplikasi tersebut para pelaku UMKM dapat memasarkan dagangannya dengan mudah dan dijangkau banyak orang.

Penulis melakukan penelitian dengan adanya kualitas dan karakteristik unik tertentu yang dapat dibuat oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Beberapa tahap prosedur yang dilakukan oleh peneliti: **Tahap Pertama** yaitu mengamati, dalam prosedur ini kami para peneliti melakukan pengamatan terhadap pelaku UMKM Pelita Petshop yang kami jadikan target dalam penggunaan Tokopedia *Seller Apps*; **Tahap Kedua** yaitu penerapan Tokopedia *Seller Apps*, pada tahap ini penulis mendatangi lokasi untuk menerapkan Tokopedia *Seller Apps* kepada pelaku UMKM Pelita Petshop Medan dan mengenalkan aplikasi tersebut dengan baik dan terperinci; **Tahap Ketiga** yaitu penyesuaian, perlu adanya penyesuaian yang dilakukan karena untuk menggunakan aplikasi tersebut tidak asal posting produk. Penulis memberikan arahan

dan pengetahuan kepada pelaku UMKM agar produk yang dijual dapat menarik para pelanggan, dengan cara mengambil gambar yang bagus, target atau kategori produk.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Transformasi Digital**

Transformasi digital dapat diartikan sebagai penggunaan teknologi untuk meningkatkan secara radikal kinerja atau jangkauan perusahaan. Definisi lain dari transformasi digital adalah sebagai perubahan teknologi digital yang mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Seperti yang dijelaskan dalam definisi tersebut, transformasi digital menyebabkan banyak perubahan dan peningkatan yang terus menerus, misalnya dengan meningkatkan tingkat otomatisasi proses bisnis menggunakan teknologi digital. Transformasi digital merupakan perubahan yang lebih mendasar dalam dunia di mana semuanya bergantung pada teknologi digital. Dengan kata lain, ini adalah pergeseran yang komprehensif dan menyeluruh terhadap segala sesuatu yang bersifat digital.

Transformasi digital merujuk pada proses dan strategi menggunakan teknologi digital untuk merubah drastis cara bisnis beroperasi dan melayani pelanggan. Frasa ini telah menjadi hal yang umum di era digitalisasi. Hal ini disebabkan setiap organisasi, terlepas dari ukuran atau industrinya, semakin bergantung pada data dan teknologi untuk beroperasi lebih efisien dan memberikan nilai bagi pelanggan.

### **Tokopedia Seller Apps**

Tokopedia Seller Apps merupakan sebuah aplikasi yang berguna untuk membantu aktivitas para seller di Tokopedia agar dapat fokus mengelola toko dan bisnis online mereka. Para User Tokopedia Seller Apps dapat melakukan berbagai aktivitas sebagai *seller* lewat Tokopedia Seller Apps diantaranya seperti fitur voucher toko, fitur *rating*, fitur *broadcast chat* kepada konsumen, *top ads*, *feed* dan sebagainya. Selain itu, di Aplikasi Tokopedia Seller juga dapat melampirkan fitur chat seperti voucher toko, atau menempelkan template chat yang ditujukan kepada konsumen oleh seller. Selain itu, terdapat beberapa fungsi untuk mengelola produk seperti multi edit, atur cashback, produk unggulan, pengingat stok, dan produk varian.

### **UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)**

UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) adalah usaha komersial yang dipimpin oleh pengusaha atau perorangan yang memenuhi syarat sebagai usaha komersial produktif menurut kriteria Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Perkembangan kehidupan niaga tidak lagi digolongkan menurut jumlah karyawan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pemerintah mengklasifikasikan jenis usaha menurut kriteria aset dan omzet. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau perseorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih kurang dari Rp50 juta, tidak termasuk tanah dan gedung perkantoran, dengan hasil penjualan tahunan kurang dari Rp300 juta.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh individu atau korporasi. Perseroan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan manapun yang dimiliki atau dikendalikan oleh, atau menjadi bagian dari, langsung atau tidak langsung, perusahaan menengah atau besar manapun. Kriteria usaha kecil adalah kekayaan bersih lebih dari Rp 50-500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan komersial. Apalagi, penjualan tahunan melebihi Rp 300 juta, hingga Rp 2,5 miliar.

Perusahaan menengah adalah perusahaan keuangan produktif yang mandiri dan tidak termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan tertentu. Kriteria kekayaan total harus lebih dari Rp 500 juta dan tidak lebih dari Rp 10 miliar. Selain itu, omzet tahunan lebih dari 2,5 miliar rupee hingga maksimum 50 miliar rupee. Berdasarkan ketentuan UU UMKM, pemerintah memperkirakan omzet industri rata-rata per tahun adalah lima kali lipat kekayaan bersih perusahaan.

### **Pemasaran Digital (Digital Marketing)**

Dalam bahasa Indonesia, pengertian digital marketing adalah digital marketing. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk melalui berbagai media digital. Lebih lanjut menurut para ahli, pemasaran digital adalah penggunaan perangkat, didukung oleh teknologi digital dan koneksi internet, untuk mencapai tujuan pemasaran (Rob Thompson dari Trendjackers). Pemasaran Digital Pemasaran adalah strategi penjualan yang cukup efektif. Karena seperti yang Anda ketahui, perkembangan teknologi dan pesatnya penggunaan internet telah mengubah pasar tradisional menjadi pasar online.

Pelaku UMKM adalah para pelaku usaha yang sangat berperan penting dalam perekonomian suatu daerah, jika pelaku UMKM dapat menggunakan media teknologi yang sedang berkembang dalam usahanya maka semakin besar peluangnya untuk memajukan usahanya. Salah satunya adalah dengan penggunaan Tokopedia *Seller Apps* dalam memasarkan produknya. Namun sangat disayangkan masih banyak pelaku UMKM yang tidak begitu memahami bahkan tidak mengenal dari aplikasi ini.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berbasis teknologi telah penulis laksanakan pada tanggal 27 Oktober 2022 - 15 November 2022 (20 hari efektif), kegiatan Pengabdian Berbasis Teknologi ini bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam melaksanakan usaha bagi para pelaku UMKM di kota Medan.

Pengabdian yang dilakukan yaitu menjelaskan kinerja sebuah aplikasi dan kemudahan yang bisa di dapat dari aplikasi tersebut oleh para pelaku UMKM dalam usahanya, aplikasi tersebut ialah Tokopedia Seller. Tokopedia Seller Apps ini merupakan sebuah wadah bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya, kelebihan dari aplikasi ini adalah kemudahan dalam mengaksesnya serta jangkauan konsumen yang sangat luas

Dalam kegiatan pengabdian ini, kami dari penulis serta pelaksana pengabdian melaksanakan beberapa tahapan kegiatan diantaranya: (a) Melakukan survey lapangan dan menentukan UMKM mana yang akan dituju untuk dikenalkan aplikasi Tokopedia Seller Apps. (b) Melakukan koordinasi dan meminta izin kepada pemilik usaha untuk bisa melaksanakan pengabdian serta penelitian di usahanya. (c) Memperkenalkan aplikasi Tokopedia Seller Apps serta menjelaskan kelebihan-kelebihan dan kemudahan yang akan diperoleh. (d) Mendaftarkan UMKM pada aplikasi Tokopedia Seller Apps serta memasukkan semua produk yang dijual kedalam aplikasi Tokopedia Seller Apps tersebut. (e) Memberi tahu cara mengambil gambar dengan baik dan benar, supaya dapat menarik pelanggan. (f) Memberi tahu cara kerja aplikasi tersebut serta apa-apa saja yang perlu dilakukan, mulai dari memasukkan produk sampai kepada pengiriman produk kepada para konsumen. (g) Pada tahapan akhir para tim pengabdian tersebut melakukan evaluasi bersama dengan pemilik usaha terhadap penggunaan aplikasi yang telah digunakan dalam 20 hari serta memperhitungkan keefektifan dan keefesienan dari Tokopedia Seller Apps.

Kegiatan pengabdian yang kami lakukan berjalan dengan sangat baik, pelaku UMKM tersebut juga menjelaskan beberapa kemudahan yang ia peroleh setelah menggunakan Tokopedia Seller Apps. Berikut tabel perbedaan yang diperoleh sebelum dan sesudah menggunakan Tokopedia Seller Apps.

Tabel 1. Perbedaan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Tokopedia Seller Apps

<b>Kerangka</b>	<b>Sebelum Menggunakan Tokopedia Seller Apps</b>	<b>Setelah Menggunakan Tokopedia Seller Apps</b>
Kinerja	Jika terdapat peningkatan pelanggan, pemilik UMKM kewalahan dalam melayani konsumen	Dapat dengan mudah melayanin pelanggan tanpa harus berdesakan di dalam toko
Informasi	Promosi yang dilakukan terjangkau atau dengan kata lain tidak bisa dilihat oleh semua orang dan menjadikan toko petshop tersebut kurang dikenal	Promosi yang dilakuan dapat dengan mudah dilihat orang abnyak sehingga orang lebih mengenal UMKM petshop tersebut
Ekonomi/ Biaya	Biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan iklan pada media cetak sangat tinggi	Biaya pembuatan iklan menjadi relatif lebih rendah serta lebih luas jangkauannya
Pengendalian	Riwayat penjualan sangat sulit untuk dijumlah dan sulit dalam penyusunan laporan pengeluaran	Menyusun laporan penjualan menjadi lebih mudah, hanya dengan melihat riwayat dalam aplikasi
Efisiensi	Penberian deskripsi mengenai produk yang dijual sangat sulit dan memakan biaya	Penjelasan mengenai produk yang dijual menjadi lebih mudah dan mudah dipahami konsumen
Pelayanan	Sulit melakukan kepada konsumen yang terlebih dahulu memesan	Dapat dengan mudah mengurutkan pesanan sesuai jam pemesanan yang dibuat konsumen

Data diatas adalah beberapa kemudahan yang diperoleh oleh pelaku UMKM dalam penggunaan aplikasi beberapa hari lalu. Pemilik juga menjelaskan bahwa penjualan di tokonya meningkat setelah menggunakan Tokopedia Seller Apps.

Ada beberapa kelemahan serta kendala yang dialami oleh pelaku UMKM dalam menggunakan Tokopedia Seller Apps diantaranya: (a) Proses pengiriman kurang cepat yang terkadang mengalami keterlambatan sampai kepada konsumen. (b) Aplikasi sering mengalami error dan *maintenance server*. (c) Notifikasi pembelian terkadang lama sampai sehingga terlambat merespon konsumen. (d) Sulit menghubungi customer service jika terdapat beberapa masalah. € Tidak ada fitur untuk memblacklist pembeli yang sering menipu.

Output yang diperoleh dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan kepada pelaku UMKM adalah: (a) Pemilik usaha diberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi terbaru guna bisa membuat usaha yang dijalankan tidak tertinggal dengan para pesaingnya yang terlebih dulu memasarkan produk melalui media digital. (b) Pelaku UMKM mendapat inovasi baru dalam melakukan pemasaran produknya, mereka diajarkan cara pemasangan iklan produk sampai proses pengiriman yang dilakukan kepada consume. (c) Usaha yang dijalankan semakin berkembang ditambah dengan penggunaan beberapa aplikasi pendukung yang menjadikan usaha semakin bersih dan mengurangi risiko kesalahan penghitungan laporan penjualan. (d) Pada akhir pengabdian, tim penulis melakukan wawancara kepada pemilik UMKM dan mengatakan mendapat sangat banyak keuntungan dari penggunaan Tokopedia Seller Apps.

Kemudian outcome yang didapatkan oleh tim pengabdian adalah: (a) Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, penulis berharap para pelaku UMKM mendapat banyak kemudahan sehingga bisa

meningkatkan usahanya. (b) Dari kegiatan yang telah dilakukan, penulis berharap kepada seluruh mahasiswa agar dapat melakukan kegiatan serupa minimal dan juga bisa melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat lebih baik lagi. (c) Diharapkan dari kegiatan ini, mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dikenal sebagai mahasiswa yang memperhatikan kebutuhan para pelaku UMKM dan dapat membantu pelaku UMKM guna meningkatkan taraf ekonomi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mendapat respon positif dari pelaku UMKM Petshop yang berada pada jalan pelita di kecamatan perjuangan. Pemilik usaha tersebut kegiatan ini dapat di lanjutkan ke toko-toko lainnya sehingga dapat memudahkan semuanya.

Dari hasil evaluasi yang telah dilakukan, maka rekomendasi yang penulis ingin ajukan untuk kegiatan ini adalah (a) Kegiatan yang serupa yaitu pengabdian kepada masyarakat berbasis digital sudah seharusnya dilaksanakan secara berkelanjutan agar para pelaku UMKM dapat mengikuti persaingan di era serba digital saat ini dan kedepannya. (b) Sebaiknya semua bidang UMKM dilakukan penyuluhan dan pengenalan tentang dunia digital saat ini. (c) Adanya kerjasama antara instansi baik pemerintah maupun swasta dalam menggenjot perekonomian dengan dibuat tim kreatif dan inovatif dalam pengenalan beberapa media yang bisa digunakan.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian penulis berupa pengabdian kepada masyarakat, diperoleh kesimpulan diantaranya ialah, Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana dengan baik dan sesuai dengan harapan penulis, yang mana pihak UMKM yang sebelumnya masih belum menggunakan Tokopedia Seller Apps, namun sekarang sudah menggunakannya; Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menghasilkan beberapa output salah satunya ialah artikel yang berjudul "Penerapan Transformasi Digital Melalui Tokopedia Seller Apps untuk Memperluas Pemasaran Pada Pelaku UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Pada Pelita Petshop Medan)" telah terlaksana dengan sangat baik dari awal hingga akhir pengabdian; Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperoleh respon positif dari pihak UMKM, dapat dilihat dari beberapa perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan Tokopedia Seller Apps, yang mana pihak UMKM memperoleh perubahan yang signifikan dari penerapan Transformasi Digital melalui Tokopedia Seller Apps. Saran dari penulis untuk para calon pelaku UMKM yaitu sebelum memulai dan mendirikan bisnisnya disarankan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya terlebih dahulu, salah satunya ialah dengan menggunakan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threat). Kemudian untuk pihak pemerintah setempat yaitu perlunya mengadakan edukasi lebih lanjut bagi para pelaku UMKM mengenai bisnis online, misalnya berupa pelatihan, seminar dan lain-lain. Karena penulis tidak sedikit menemukan para pelaku UMKM yang masih belum mengerti tentang teknologi terlebih bisnis online. Selain memberikan edukasi lebih lanjut bagi para pelaku UMKM mengenai bisnis online, berupa pelatihan, seminar dan lain-lain, semestinya pihak pemerintah setempat memberikan bantuan berupa dana bagi para pelaku UMKM. Karena masih ada pelaku UMKM yang sudah memiliki pengetahuan dalam bidang bisnis, namun terhalang oleh biaya

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan beribu terima kasih kepada ibu pemilik usaha Pelita Petshop Medan yang telah membantu tim penulis untuk bekerja sama dalam melakukan penelitian tugas pengabdian kepada masyarakat. Kemudian tidak lupa juga kami mengucapkan terima kasih kepada ibu Siti Aisyah, M.M, yang telah membimbing dan mengarahkan tim penulis dalam menyelesaikan tugas penelitian pengabdian kepada masyarakat. Tidak lupa juga tim penulis mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan yang telah membantu penelitian yang dilakukan tim penulis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan e-Commerce dalam pebelajaran manajemen usaha kecil Dan menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77–85.
- Bashir, A., Susetyo, D., Hidayat, A., Hamira, H., & Aini, B. T. (2020). Pelatihan E-commerce pada Industri Rumah Tangga di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 17–24.
- Candra, A. I., Hendy, H., Pratikto, H., Gunarto, A., & Sumargono, S. (2021). Digital Marketing untuk Kewirausahaan Pesantren di Masa Pandemi Covid-19. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–6.
- Ciptowening, A. K., Dewi, R. S., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 762–771.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-lth Abdimas*, 4(2), 68–73.

- Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75–84.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati, S. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada e-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 23–36.