



Literasi Manajemen Teknologi Melalui Pengembangan Marketplace pada Usaha Sparepart Personal Computer Second Jambi

(Technology Management Literacy Through Marketplace Development in Second-Hand Personal Computer Spare Part Businesses in Jambi)

Prayetno Agustinus Sitanggang ^{1*}, Friska Artaria Sitanggang ², Jonner Simarmata ³, Christi Maharaja ⁴

^{1,2,4} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi, Indonesia

³ Universitas Batanghari, Indonesia

Korespondensi penulis: prayetnoagustinus@yahoo.co.id ¹, artaria888@gmail.com ^{2*}

Article History:

Received: Juni 16, 2025

Revised: Juni 30, 2025

Accepted: Juli 05, 2025

Published: Juli 14, 2025

Keywords: marketplace, mentoring, micro-enterprises, Shopee, Technology literacy, training.

Abstract: This Community Service activity aims to enhance technology management literacy among small business owners of second-hand computer PC spare parts through training and mentoring in the use of the Shopee marketplace. Shopee was chosen as the digital marketing platform because it is one of the largest and most widely accessed marketplaces in Indonesia. Many micro-entrepreneurs still lack comprehensive knowledge of digital strategies, including online store management, product display, and promotional features on Shopee. Therefore, this program is designed to equip participants with practical knowledge and skills to fully utilize Shopee. The implementation method includes needs identification, digital literacy training, hands-on workshops, and intensive mentoring. Evaluation is conducted to measure the participants' competence in independently managing a marketplace-based business in a sustainable manner.

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi manajemen teknologi pada pelaku usaha sparepart komputer PC second melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan marketplace Shopee. Pemanfaatan Shopee sebagai media pemasaran digital dipilih karena platform ini merupakan salah satu marketplace terbesar dan paling banyak diakses di Indonesia. Banyak pelaku usaha mikro yang belum memahami strategi digital secara menyeluruh, termasuk dalam mengelola toko online, mengatur produk, dan memanfaatkan fitur promosi Shopee. Oleh karena itu, program ini dirancang untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan Shopee secara optimal. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan literasi teknologi, praktik langsung, serta pendampingan intensif. Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta dalam menjalankan usaha berbasis marketplace secara mandiri dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Literasi teknologi, marketplace, pelatihan, pendampingan, Shopee, usaha mikro.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan perdagangan. Konsep ekonomi digital kini semakin mendominasi aktivitas jual beli, yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan e-commerce dan marketplace sebagai media transaksi utama. Marketplace adalah platform digital yang mempertemukan penjual dan pembeli secara daring, memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa batasan geografis dan waktu. Marketplace

adalah platform digital yang mempertemukan penjual dan pembeli secara daring, memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa batasan geografis dan waktu (Kotler & Keller, 2016).

Shopee merupakan salah satu marketplace paling populer di Indonesia. Platform ini memiliki fitur-fitur yang memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produk, seperti tampilan yang user-friendly, integrasi logistik, serta dukungan promosi dan voucher. Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki literasi digital yang memadai untuk mengelola bisnis di Shopee secara optimal. Berdasarkan laporan iPrice Group (2024), Shopee menempati peringkat pertama sebagai marketplace dengan kunjungan bulanan terbanyak di Indonesia, dengan fitur-fitur unggulan seperti: Antarmuka aplikasi yang mudah dioperasikan (user-friendly), Dukungan promosi seperti voucher diskon dan gratis ongkir, Sistem logistik yang terintegrasi, Fitur live streaming dan chat langsung antara penjual dan pembeli.

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemanfaatan marketplace menjadi salah satu strategi penting dalam menghadapi persaingan pasar dan memperluas jangkauan konsumen. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dan merupakan ujung tombak bagi perekonomian nasional, apalagi dalam kondisi perekonomian yang tidak stabil dikarenakan pengaruh faktor eksternal misalkan pandemi Covid 19, UMKM dianggap bisa tetap bertahan meskipun ditengah krisis yang melanda (Sitanggang, 2022). Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022), digitalisasi UMKM, termasuk melalui platform marketplace, terbukti mampu meningkatkan omzet penjualan hingga 20–30%. Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM, khususnya dalam bidang penjualan sparepart PC second, yang belum optimal memanfaatkan teknologi digital ini.

Shopee juga menyediakan program-program khusus untuk penjual, seperti Shopee Seller Centre, Shopee University, dan Kampanye Harian yang membantu meningkatkan visibilitas produk. Dalam teori adopsi teknologi dari Everett Rogers (2003), keberhasilan implementasi teknologi tergantung pada lima faktor: keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan dicoba (trialability), dan kemampuan diamati (observability). Shopee telah memenuhi sebagian besar indikator tersebut, sehingga menjadi pilihan yang ideal bagi pelaku usaha yang baru memulai penjualan online.

Namun, banyak pelaku usaha yang masih menghadapi tantangan dalam hal literasi digital, pengelolaan toko online, manajemen stok, serta strategi promosi yang efektif di platform ini. Literasi manajemen teknologi menjadi penting agar mereka tidak hanya "ikut-ikutan" berjualan secara daring, tetapi mampu memanfaatkan Shopee secara strategis dan

berkelanjutan. Dimana mencari informasi produk dilakukan oleh calon konsumen yakni melalui internet dan bisa pula dari orang-orang terdekat, oleh karena itu pengelolaan toko Shopee harus didukung dengan konten lengkap, foto jelas, dan ulasan positif dari pelanggan (Sitanggang, 2021). Lebih lanjut, Engel et al. dalam (Sitanggang, Friska Artaria, dini elida putri, n.d.) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan mengawali tindakan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan nilai guna produk/jasa, hal ini mendasari perlunya edukasi digital bagi pelaku usaha agar mampu menarik konsumen pada setiap tahapan pembelian secara online.

Melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, dilakukan kegiatan pelatihan literasi manajemen teknologi dengan fokus pada pengembangan marketplace Shopee bagi pelaku usaha sparepart komputer PC second. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas digital para pelaku usaha agar mampu bersaing secara sehat di ekosistem e-commerce nasional, sekaligus menciptakan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Solusi yang ditawarkan atas permasalahan yang ditemukan terkait Marketplasce dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah membekali pelaku usaha dengan keterampilan teknis dan manajerial dalam menggunakan marketplace Shopee, sehingga mereka dapat menjalankan usahanya secara lebih efisien dan menjangkau pasar yang lebih luas.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif, yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif dalam setiap tahap pelaksanaan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa seluruh materi, metode, dan hasil kegiatan benar-benar sesuai dengan kebutuhan riil pelaku usaha di lapangan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha, Secara khusus tujuan dari kegiatan ini adalah: Memberikan pemahaman dasar tentang manajemen teknologi dalam konteks bisnis digital, Meningkatkan literasi digital pelaku usaha dalam memanfaatkan marketplace Shopee secara optimal, Meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola toko online, termasuk upload produk, manajemen stok, dan pelayanan konsumen, Mendorong peningkatan daya saing dan perluasan pasar pelaku usaha melalui platform Shopee.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada Usaha Sparepart Personal Computer Second Jambi yang beralamatkan di Lorong Cempedak No.199 RT.16 Kelurahan Beliung, Kecamatan Alam Barajo, Kota Jambi. Dengan pelaksanaan pada 27 Juni

2025. Pemilik usaha Sparepart Personal Computer Second Jambi yakni Ibu Riris Monica Hutabarat.

Tahapan kegiatan diawali dengan identifikasi dan pemetaan kebutuhan peserta, yang dilakukan melalui wawancara singkat dan observasi terhadap kondisi awal pelaku usaha. Langkah ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi teknologi masing-masing peserta, kendala yang mereka hadapi dalam pemasaran digital, serta potensi pengembangan usaha melalui platform marketplace.

Setelah kebutuhan peserta terpetakan, dilanjutkan dengan pelatihan literasi teknologi dasar, khususnya terkait pemahaman konsep digitalisasi usaha dan pengenalan fitur-fitur utama dalam manajemen marketplace Shopee. Materi disampaikan secara interaktif, dengan menekankan pada aspek aplikatif agar peserta dapat dengan mudah memahami dan menerapkannya.

Tahap berikutnya adalah workshop dan praktik langsung, di mana peserta dipandu untuk membuat akun Shopee, mengunggah produk, menyusun deskripsi yang menarik, serta mengelola etalase digital mereka. Peserta juga belajar menggunakan fitur-fitur penunjang seperti promosi toko, voucher diskon, dan sistem penilaian dari konsumen.

Untuk memastikan implementasi berjalan optimal, dilakukan pendampingan intensif dan monitoring secara berkala. Pendampingan ini diberikan baik secara individu maupun kelompok, dengan fokus pada penyelesaian kendala teknis, evaluasi tampilan toko, dan penguatan strategi komunikasi dengan pelanggan. Proses monitoring juga menjadi bagian penting untuk melihat perkembangan peserta secara kuantitatif dan kualitatif selama program berlangsung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan secara sistematis dan melibatkan beberapa tahapan penting yang dirancang untuk meningkatkan literasi teknologi serta keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan marketplace Shopee secara efektif. Kegiatan diawali dengan tahap persiapan, yaitu perencanaan materi pelatihan, koordinasi dengan mitra pelaku usaha, serta identifikasi kebutuhan dan kondisi awal peserta. Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam hal pemahaman digital dan belum pernah menggunakan platform e-commerce secara langsung.

Tahap selanjutnya adalah pelatihan literasi digital dan pengenalan platform Shopee. Pada fase ini, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep dasar marketplace, manfaat penggunaan Shopee dalam pengembangan usaha, serta langkah-langkah awal dalam membuat

akun dan mengatur profil toko. Pelatihan dilakukan secara interaktif, dilengkapi dengan simulasi dan studi kasus sederhana.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Memasuki tahap praktik dan pendampingan, peserta dipandu secara langsung untuk membuat akun Shopee, mengunggah produk, menulis deskripsi yang menarik dan informatif, menetapkan harga, serta memilih metode pengiriman dan pembayaran yang sesuai. Selain itu, mereka juga diajarkan cara memanfaatkan fitur promosi seperti voucher toko, diskon menarik, dan sistem penilaian konsumen untuk meningkatkan daya tarik toko.



Gambar 2. Praktik dan Pendampingan

Pada tahap evaluasi dan pemantauan, dilakukan observasi terhadap toko yang sudah aktif, termasuk frekuensi interaksi peserta dengan konsumen, kerapian tampilan etalase produk, dan respons terhadap pesanan yang masuk. Tim pelaksana juga memberikan umpan balik langsung serta menyusun laporan progres dari setiap peserta.

Hasil dari seluruh tahapan ini menunjukkan perkembangan yang signifikan. Sebagian besar peserta berhasil membuat dan mengelola toko mereka sendiri di Shopee dengan tingkat kemandirian yang meningkat dari waktu ke waktu. Mereka mulai menunjukkan kemampuan

dalam mengoptimalkan etalase digital, memahami pentingnya pelayanan konsumen yang baik, dan mulai mengadopsi strategi promosi sederhana untuk meningkatkan daya saing. Beberapa peserta bahkan telah memperoleh pesanan dari konsumen di luar daerah mereka, menandakan bahwa mereka telah mampu memanfaatkan keunggulan marketplace Shopee dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Dampak ini menunjukkan bahwa program yang diterapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membuka peluang pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan melalui digitalisasi.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menunjukkan hasil yang menggembirakan, khususnya dalam aspek peningkatan keterampilan praktis dan kepercayaan diri para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebagian besar peserta yang sebelumnya belum familiar dengan platform e-commerce, kini telah mampu membuat dan mengelola toko daring secara mandiri di Shopee.

Selama kegiatan berlangsung, peserta mengikuti setiap tahapan pelatihan dengan antusias, mulai dari proses pembuatan akun, penataan etalase digital, penulisan deskripsi produk yang menarik, hingga strategi penentuan harga dan penggunaan fitur promosi yang tersedia di platform. Mereka juga mulai memahami pentingnya konsistensi dalam pelayanan konsumen melalui respons cepat terhadap pertanyaan calon pembeli dan pengelolaan pesanan secara efisien.

Dari sisi pemahaman teknologi, peserta mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam hal navigasi fitur Shopee, pemanfaatan voucher toko, serta kemampuan membaca data performa toko untuk kepentingan evaluasi dan perencanaan promosi ke depan. Hal ini menjadi indikator keberhasilan pendekatan pelatihan berbasis praktik yang digunakan dalam program.



Gambar 3. Dokumentasi Akhir Kegiatan

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini mengindikasikan bahwa literasi digital dan kapasitas teknis pelaku usaha dapat ditingkatkan secara efektif melalui program pelatihan yang aplikatif dan didampingi secara intensif. Ini membuka peluang baru bagi mereka untuk terus bertumbuh dalam ekosistem digital, serta memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada literasi manajemen teknologi melalui pemanfaatan marketplace Shopee, dapat disimpulkan bahwa program ini memberikan kontribusi nyata dan signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha, khususnya dalam sektor usaha sparepart komputer PC second. Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara terstruktur dan partisipatif berhasil membangun pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya transformasi digital dalam dunia usaha, terutama dalam menghadapi tantangan era digital yang semakin kompetitif.

Melalui metode pelatihan berbasis praktik langsung, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan teknis yang aplikatif dalam pengelolaan toko daring, mulai dari pembuatan akun Shopee, pengunggahan produk, manajemen stok, hingga pemanfaatan fitur promosi dan analitik penjualan. Interaksi yang intensif antara tim pendamping dan peserta juga membentuk pola komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan secara efektif.

Dampak yang paling terlihat dari kegiatan ini adalah meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam menjalankan aktivitas bisnis digital secara mandiri. Hal ini ditandai dengan kemampuan peserta untuk mengelola akun Shopee mereka secara berkelanjutan, menjawab pertanyaan konsumen dengan responsif, serta mulai menyusun strategi pemasaran yang lebih profesional dan berbasis data.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini efektif dalam mendorong adopsi teknologi digital di kalangan pelaku usaha kecil, sekaligus menjadi sarana pemberdayaan ekonomi yang relevan dengan perkembangan zaman. Program ini juga membuka peluang untuk kolaborasi lanjutan dan pembinaan berkelanjutan guna memastikan keberlangsungan manfaat yang telah diberikan kepada para mitra binaan.

Saran

Melihat dampak positif yang dihasilkan dari program ini, disarankan agar kegiatan serupa dapat diselenggarakan secara berkala dan berkelanjutan, dengan cakupan yang lebih luas dan pendekatan yang lebih mendalam. Keberlanjutan program sangat penting untuk memastikan bahwa peningkatan kapasitas yang telah diperoleh oleh para pelaku usaha tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat menjadi fondasi jangka panjang dalam transformasi bisnis mereka menuju digitalisasi penuh.

Selain itu, diperlukan pengembangan program lanjutan berupa inkubasi bisnis digital, di mana para peserta diberikan ruang untuk terus belajar, bereksperimen, dan didampingi dalam mengembangkan inovasi usaha berbasis teknologi. Program inkubasi ini juga dapat mencakup pelatihan lanjutan tentang analitik digital, strategi branding online, serta manajemen keuangan digital yang selaras dengan kebutuhan pasar modern

Tidak kalah penting, kolaborasi strategis dengan pihak platform digital seperti Shopee perlu dipertimbangkan secara serius. Dengan menjalin kerja sama formal, pelaku usaha dapat memperoleh akses langsung terhadap sumber daya pelatihan, pembaruan fitur platform, serta peluang promosi khusus yang hanya tersedia bagi mitra resmi. Kolaborasi ini diyakini dapat memperkuat posisi UMKM binaan dalam menghadapi persaingan pasar digital yang semakin dinamis, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara lebih inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson Education.
- iPrice Group. (2024). *E-commerce Report Indonesia*.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). *Laporan Tahunan Transformasi Digital UMKM*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Pearson.
- Prasetyo, E., & Sutopo, W. (2020). *Transformasi Digital UMKM: Strategi dan Implementasi*. Deepublish.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Shopee Indonesia. (2024). *Panduan Penjual Shopee*. <https://seller.shopee.co.id/edu/home>
- Sitanggang, Friska Artaria, dan Prayetno Agustinus Sitanggang. *Buku Ajar Perilaku*

Konsumen. Jambi: Penerbit NEM, Desember 2021.

- Sitanggang, Friska Artaria, dini elida putri, prayetno agustinus sitanggang. (n.d.). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Manajemen Jenjang Strata-1 pada Perguruan Tinggi Swasta dan Perguruan Tinggi Negeri di Kota Jambi.
<http://ekonomis.unbari.ac.id/index.php/ojsekonomis/article/view/300>
- Sitanggang, P. A., & Sitanggang, F. A. (2022). Analisis implementasi manajemen risiko berdasarkan SNI ISO 31000:2018 (Studi kasus: Sparepart Personal Computer Second Jambi). Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 13(1), 12–19.
- Turban, E., Volonino, L., & Wood, G. (2018). Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability. Wiley.