

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG MAHASISWA

Oleh:

Fitri Retno Wulansari¹

Agung Wisnu Prayoga²

Ainur Rochmaniah³

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Alamat: JL. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten
Sidoarjo, Jawa Timur (61215).

Korespondensi Penulis: fitriretnowulansari24@gmail.com, tinoreno2489@gmail.com,
ainur.umsida@gmail.com

***Abstract.** This research aims to improve the understanding and skills of Paradigmart.id owners in managing online sales through the Shopee e-commerce platform. The background to this activity is based on the still-low technical and strategic capabilities in marketplace account management, which has resulted in sales stagnation, low brand awareness, and intense competition from similar brands.*

***Methods** - The implementation method used was a participatory and educational approach through direct observation, interviews, and operational mentoring on Shopee account management for two months, from August to September 2025. The activities focused on optimizing product catalogs and developing standard operating procedures (SOPs). The results of the activity indicate that implementing a structured workflow, clear role allocation, and optimal utilization of e-commerce features can improve operational efficiency and store service quality. Furthermore, partners gained a better understanding of cost-effective digital marketing strategies to increase store visibility and competitiveness. This activity significantly contributed to improving digital competency*

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG MAHASISWA

at Shopee Paradigmart.id while strengthening partners' capacity to navigate the dynamics of e-commerce competition..

Keywords: *E-Commerce, Online Sales, Digital Marketing, Shopee, MSMEs.*

Abstrak. penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan owner Paradigmart.id dalam mengelola penjualan online melalui platform *e-commerce* Shopee. Latar belakang kegiatan ini didasari oleh masih rendahnya kemampuan teknis dan strategis dalam pengelolaan akun *marketplace*, yang berdampak pada stagnasi penjualan, rendahnya brand awareness, serta ketatnya persaingan dengan brand sejenis. Metode - Metode pelaksanaan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan edukatif melalui observasi langsung, wawancara, serta pendampingan operasional pengelolaan akun Shopee selama dua bulan, yaitu Agustus hingga September 2025. Kegiatan difokuskan pada optimalisasi katalog produk dan penyusunan standar operasional prosedur (SOP). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan alur kerja yang terstruktur, pembagian peran yang jelas, serta pemanfaatan fitur *e-commerce* secara optimal mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan toko. Selain itu, mitra memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemasaran digital berbiaya efisien untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing toko. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung peningkatan kompetensi digital kepada Shopee Paradigmart.id sekaligus memperkuat kapasitas mitra dalam menghadapi dinamika persaingan *e-commerce*..

Kata Kunci: *E-Commerce, Penjualan Online, Pemasaran Digital, Shopee, UMKM.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi dan perilaku belanja masyarakat Indonesia. *Marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menjadi kanal utama yang diakses konsumen ketika mencari produk, sehingga pelaku usaha dituntut untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan ekosistem digital. Shopee, sebagai salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia, tercatat memiliki jumlah kunjungan tertinggi dan menjadi platform favorit bagi UMKM dalam memasarkan produk secara online (Lestari et al., 2023) . Namun di balik peluang tersebut, tidak sedikit pelaku usaha pemula yang

belum memiliki kemampuan dasar dalam mengelola akun *marketplace* secara profesional. Hal ini juga berdampak pada mahasiswa magang yang ditempatkan di unit usaha maupun marketing di mana mereka seringkali diberi tanggung jawab mengurus toko online, tetapi tidak dibekali kompetensi teknis secara memadai.

Kondisi tersebut menimbulkan gap antara kebutuhan industri dan keterampilan mahasiswa (Cibinong, 2020). Banyak mahasiswa yang mengaku belum memahami cara membuat akun penjual, mengunggah produk dengan benar, menulis judul dan deskripsi yang teroptimasi, hingga melakukan pemantauan performa toko. Padahal, keterampilan ini menjadi salah satu tuntutan kerja di era digital, terutama dalam bidang komunikasi pemasaran, bisnis, dan manajemen. Beberapa mitra dalam dunia marketing juga menyampaikan bahwa kendala terbesar mereka adalah kurangnya sumber daya yang mampu mengelola *marketplace* secara konsisten dan efektif. Sebagian besar pengelolaan toko masih dilakukan secara manual tanpa strategi, seperti penggunaan foto produk seadanya, penulisan judul tanpa kata kunci, pengaturan harga yang tidak kompetitif, serta ketidaktahuan mengenai fitur promosi yang disediakan Shopee (Muntadhiroh et al., 2024). Hal ini menyebabkan visibilitas produk rendah, konversi tidak berkembang, dan toko sulit bersaing dengan penjual lain.

Urgensi kegiatan pengabdian ini semakin jelas urgensi pengabdian ini semakin terasa karena sejak masa pandemi, perilaku konsumen mengalami pergeseran drastis menuju pola belanja berbasis digital. Konsumen kini tidak sekadar mencari produk, tetapi juga mempertimbangkan kredibilitas, tampilan toko, kemudahan navigasi, kecepatan respons, hingga ulasan dari pembeli lain sebelum memutuskan pembelian (Rahmawati, 2021). Dalam ekosistem *e-commerce* yang makin kompetitif, toko online dituntut untuk menghadirkan citra yang profesional, informatif, dan meyakinkan agar mampu menarik perhatian konsumen.

Selain itu, pandemi telah mendorong hadirnya berbagai fitur baru seperti live shopping, rekomendasi algoritmik, sistem penilaian toko, hingga promosi berbasis personalisasi, yang secara langsung memengaruhi minat dan keputusan belanja konsumen. (Kuswanto & Condong, 2019) Kondisi ini menegaskan bahwa pelaku *e-commerce* perlu memahami strategi visual, teknik pemasaran digital, dan pengelolaan toko online yang efektif untuk tetap relevan dan mampu memenangkan kepercayaan konsumen dalam persaingan *e-commerce* yang semakin dinamis. (Wicaksana et al., 2024)

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG MAHASISWA

Melihat kondisi tersebut, pengelolaan akun Shopee menjadi kebutuhan mendesak, baik bagi mahasiswa magang maupun menjadi mitra. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan memberikan pemahaman teknis mengenai cara membuat dan mengelola akun Shopee, tetapi juga memperkenalkan prinsip-prinsip dasar pemasaran digital seperti optimasi judul produk, penggunaan kata kunci, foto produk yang menarik, dan mengaplikasikan SOP Toko dengan benar. (Ramdan et al., 2025) Dengan demikian, mahasiswa magang tidak hanya mampu menjalankan tugas secara praktis, tetapi juga memiliki bekal kompetensi digital yang dapat diaplikasikan di tempat magang maupun di dunia kerja setelah lulus.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini disusun sebagai respon terhadap kebutuhan secara nyata bagi masyarakat sasaran yakni mitra dan mahasiswa magang yang menghadapi tantangan dalam memanfaatkan *marketplace* secara optimal. Pengelolaan ini diharapkan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kemampuan mahasiswa dalam mengelola toko online serta membantu usaha yang ada di Mitra magang guna meningkatkan kualitas pengelolaan *marketplace* mereka. Konteks inilah yang menjadi dasar pelaksanaan program pendampingan akun Shopee sebagai bentuk kontribusi akademik dalam mendukung transformasi digital di sektor usaha kecil dan menengah. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kompetensi digital mahasiswa magang dan mitra dalam pembuatan serta pengelolaan akun Shopee secara profesional. Kegiatan ini memberikan pemahaman teknis pengelolaan toko daring, meliputi optimasi produk, penggunaan kata kunci, penyajian foto produk, dan penerapan SOP toko.

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif untuk merespon kebutuhan mitra, yaitu toko Paradigmart.id, dalam meningkatkan efektivitas penjualan dan strategi pemasaran melalui platform *e-commerce*. Berdasarkan data yang diperoleh, penulis memberikan pendampingan berupa analisis strategi pemasaran digital, identifikasi tren konsumen, serta optimalisasi katalog produk. Seluruh rangkaian kegiatan dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menghasilkan rekomendasi praktis yang dapat langsung diterapkan oleh mitra. Data deskriptif tersebut diperoleh dari hasil wawancara, baik berupa tulisan maupun ucapan dari subjek yang

diteliti (Waruwu, 2024). Kemudian metode kualitatif menurut (Iii & Penelitian, 2010) Adalah memanfaatkan metode ilmiah untuk mengungkap suatu fenomena dengan mendeskripsikan data dan fakta secara menyeluruh melalui kata-kata.

Kegiatan ini berlangsung selama 2 bulan, yakni mulai bulan Agustus hingga September 2025. Langkah awal pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi langsung terhadap operasional toko, khususnya aktifitas penjualan online melalui Shopee. Selanjutnya dilakukan wawancara dengan mentor serta admin toko untuk memperoleh pemahaman menyeluruh tentang proses bisnis dan tantangan yang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dipelajari di Toko Paradigmart.id berfokus pada fasilitasi dan optimalisasi proses penjualan digital melalui platform *e-commerce* Shopee. Pendampingan ini diarahkan untuk memperkuat kapasitas mitra dalam mengoperasikan akun Shopee secara strategis, mulai dari pengelolaan katalog dan respons layanan pelanggan hingga penyusunan pendekatan pemasaran digital yang berbasis data. Melalui intervensi ini, mitra diharapkan mampu meningkatkan visibilitas toko, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong performa penjualan secara berkelanjutan.

Dalam konteks organisasi, Toko Paradigmart.id telah mengembangkan struktur kelembagaan yang sederhana namun tetap memenuhi prinsip fungsionalitas. Struktur organisasi tersebut menggambarkan distribusi peran, alur koordinasi, dan hierarki tanggung jawab yang diperlukan untuk memastikan proses operasional berjalan secara sistematis dan efisien. Keberadaan struktur yang jelas berperan sebagai pedoman dalam pelaksanaan wewenang, pengambilan keputusan, serta akuntabilitas kerja, sehingga mendukung efektivitas kinerja organisasi secara keseluruhan (Julia & Masyruroh, 2022). Adapun representasi visual mengenai susunan kelembagaan Toko Paradigmart.id dapat dilihat pada Gambar 1 berikut menunjukkan struktur organisasi pada Toko Paradigmart.id.

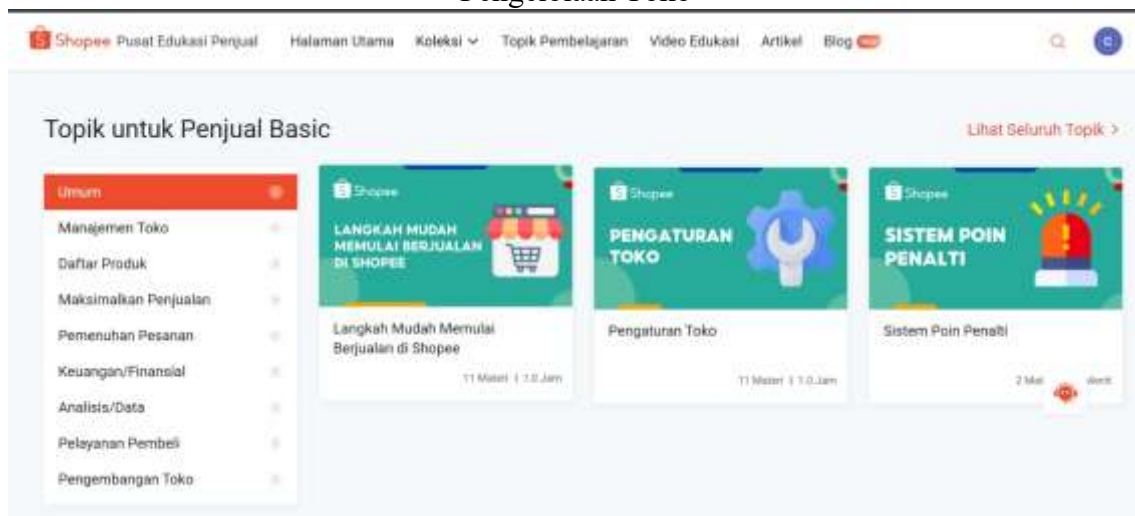
Tabel 1. Struktur Organisasi Toko Shopee PT. Semanggi Digital Indonesia



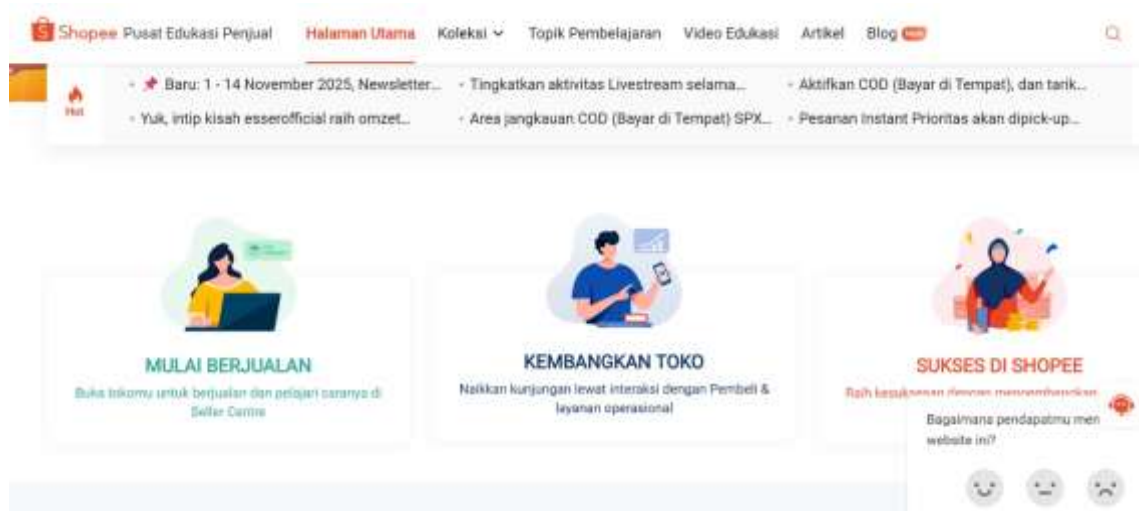
PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG MAHASISWA

Selama periode pelaksanaan program yang berlangsung selama dua bulan, yakni pada Agustus hingga September 2025, penulis terlibat secara langsung sebagai pengelola akun toko Shopee milik mitra. Dalam peran tersebut, penulis bertanggung jawab terhadap berbagai aspek operasional penjualan daring, mulai dari perancangan strategi pemasaran digital, pengelolaan unggahan produk, hingga pelayanan komunikasi dengan konsumen melalui fitur pesan. Seluruh rangkaian aktivitas yang dilakukan didokumentasikan secara sistematis dalam bentuk logbook kegiatan. Implementasi program ini memberikan dampak positif bagi mitra, khususnya dalam penataan katalog produk agar lebih informatif dan menarik, peningkatan kecepatan serta kualitas respons kepada pelanggan, serta pemanfaatan fitur promosi Shopee seperti program flash sale, bebas ongkir, dan kampanye penjualan pada momen tanggal khusus.

Gambar 1. Tampilan Pusat Edukasi Penjual Shopee sebagai Media Pembelajaran Dasar Pengelolaan Toko



Gambar 2. Halaman Utama Pusat Edukasi Penjual Shopee yang Menampilkan Kategori Pembelajaran



Pendampingan Pengelolaan Akun Shopee Paradigmart.id sebagai Program Kerja Magang Mahasiswa dilaksanakan melalui pendekatan pembelajaran berbasis platform dengan memanfaatkan Pusat Edukasi Penjual Shopee sebagai rujukan utama. Mahasiswa magang dan mitra diarahkan untuk mempelajari tahapan pengelolaan toko secara sistematis melalui menu *Topik Penjual Basic* dan halaman utama Pusat Edukasi, yang mencakup proses awal berjualan, pengaturan toko, pemenuhan pesanan, hingga pemahaman kebijakan platform seperti sistem poin penalti. Secara metodologis, materi edukasi tersebut dipetakan ke dalam alur pendampingan operasional dan diimplementasikan langsung pada akun Shopee Paradigmart.id. Pendekatan ini memungkinkan mahasiswa tidak hanya menjalankan tugas teknis, tetapi juga memahami aspek konseptual dan regulatif pengelolaan *e-commerce*, sehingga mendukung peningkatan efisiensi operasional, kepatuhan terhadap kebijakan platform, serta profesionalisme pengelolaan toko daring mitra.

Berdasarkan hasil pendampingan dan observasi selama kegiatan pengabdian, prosuder penjualan online yang diterapkan oleh Toko Paradigmart.id menunjukkan alur kerja yang relative kompleks namun tersusun secara sistematis. Kompleksitas tersebut muncul seiring dengan meningkatkan volume transaksi serta kebutuhan untuk menjaga kualitas pelayanan kepada konsumen di platform *e-commerce* Shopee. (Ekonomi, 2024) Untuk memastikan proses operasional berjalan optimas, Paradigmart.id membagi peran kerja ke dalam beberapa tim dengan tugas dan tanggung jawab yang berbeda, namun sailing terintegrasi. Prodesur penjualan online yang diterapkan oleh toko paradigmart.id mencakup alur yang cukup kompleks namun terstruktur, terdiri dari :

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG MAHASISWA

Struktur Peran dalam Proses Penjualan Online

Proses penjualan online di Toko Paradigmart.id melibatkan beberapa peran utama, yaitu:

1. Admin

Admin bertanggung jawab sebagai garda terdepan dalam pengelolaan toko online. Peran ini mencakup pengelolaan akun Shopee, pengaturan etalase produk, pelayanan komunikasi dengan pelanggan, serta koordinasi dengan tim internal lainnya. Admin juga berperan dalam memantau pesanan masuk dan memastikan alur penjualan berjalan sesuai prosedur.

2. Tim Packing

Tim packing memiliki tanggung jawab dalam menyiapkan pesanan yang telah dikonfirmasi, mulai dari pengecekan produk, pengemasan, hingga proses pengiriman. Ketelitian menjadi aspek penting pada tahap ini guna meminimalkan kesalahan pengiriman yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

3. Tim Desain dan Editor

Tim desain dan editor berperan dalam pembuatan materi visual produk, seperti foto produk, banner promosi, dan konten pendukung lainnya. Visual yang menarik dinilai mampu meningkatkan daya tarik toko serta memengaruhi keputusan pembelian konsumen di *e-commerce*.

4. Content Creator

Content creator bertugas menyusun ide dan konsep konten pemasaran, baik untuk feed Shopee, media sosial pendukung, maupun kebutuhan promosi lainnya. Konten yang dihasilkan disesuaikan dengan karakteristik target pasar agar pesan pemasaran dapat tersampaikan secara efektif.

5. Live Streamer

Live streamer bertanggung jawab dalam pelaksanaan fitur live shopping di Shopee. Peran ini mencakup penyampaian informasi produk secara langsung, interaksi real-time dengan calon pembeli, serta mendorong terjadinya transaksi selama sesi live berlangsung.

Standar Operasional Prosedur (SOP) Penjualan Online

Untuk menjaga konsistensi layanan dan efisiensi kerja, Toko Paradigmart.id menerapkan beberapa Standar Operasional Prosedur (SOP) utama sebagai berikut:

1. SOP Admin dalam Merespons Chat Pelanggan

Admin diwajibkan untuk merespons pesan pelanggan secara cepat, ramah, dan informatif. Respon yang diberikan mencakup informasi produk, ketersediaan stok, estimasi pengiriman, serta penanganan keluhan awal. Kecepatan dan kualitas komunikasi ini menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen serta meningkatkan peluang terjadinya pembelian.

2. SOP Packing dan Pengiriman

Setelah pesanan dikonfirmasi, tim packing melakukan pengecekan ulang terhadap produk yang akan dikirim, memastikan kesesuaian dengan pesanan pelanggan. Produk kemudian dikemas dengan standar keamanan tertentu untuk menghindari kerusakan selama pengiriman. Setiap paket juga dilengkapi dengan label pengiriman yang sesuai dengan sistem Shopee.

3. SOP Retur dan Penanganan Komplain

Dalam kondisi tertentu, seperti produk cacat atau tidak sesuai pesanan, Toko Paradigmart.id telah memiliki prosedur retur yang jelas. Admin bertugas menerima laporan dari pelanggan, melakukan verifikasi bukti, serta berkoordinasi dengan tim packing untuk proses penggantian atau pengembalian barang. SOP ini dirancang untuk menjaga kepuasan pelanggan sekaligus mempertahankan reputasi toko.

Tabel Alur SOP Penjualan Online Toko Paradigmart.id

Tabel 2. Tabel Alur SOP Shopee Paradigmart.id

Tahap Proses	Penanggung Jawab	Aktivitas Utama
Respon Awal Konsumen	Admin	Menjawab chat, memberikan informasi produk
Pemesanan	Admin	Verifikasi pesanan masuk
Pengemasan	Tim Packing	Pengecekan dan pengemasan produk

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG MAHASISWA

Pengiriman	Tim Packing	Penyerahan ke jasa ekspedisi
Promosi konten	Desain, Editor, Content Creator	Pembuatan Visual dan konten pemasaran
Live Shopping	Live Streamer, admin	Penjualan interaktif melalui Shopee Live
Retur/Komplain	Admin, Tim Packing	Verifikasi dan penanganan keluhan

Analisis Efektivitas Prosedur Penjualan Online

Penerapan prosedur penjualan online yang terstruktur ini menunjukkan bahwa pembagian peran yang jelas dan didukung oleh SOP yang konsisten mampu meningkatkan efisiensi operasional toko. Alur kerja yang sistematis tidak hanya memudahkan koordinasi antar tim, tetapi juga berdampak pada peningkatan kualitas layanan, responsivitas terhadap pelanggan, serta optimalisasi fitur-fitur *e-commerce* yang tersedia. Dengan demikian, prosedur ini menjadi fondasi penting bagi Paradigmart.id dalam menghadapi persaingan penjualan online yang semakin kompetitif.

Seluruh proses ini menunjukkan adanya kolaborasi lintas divisi didalam struktur organisasi toko, mulai dari admin, tim packing, hingga bagian keuangan. Namun, kendala seperti yang dilakukan pada Toko Paradigmart.id juga memiliki berbagai macam kendala teknis dari platform Shopee menjadi tantangan yang perlu ditangani secara sistematis.

Berdasarkan hasil observasi langsung, wawancara dengan mitra, serta evaluasi terhadap rangkaian kegiatan pendampingan, ditemukan beberapa hambatan utama yang memengaruhi kinerja penjualan online Toko Paradigmart.id. Hambatan-hambatan ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dan membentuk pola permasalahan yang cukup kompleks dalam pengelolaan toko di platform *e-commerce*. Kondisi tersebut menjadi faktor penghambat dalam upaya peningkatan performa penjualan secara berkelanjutan ;

1. Penjualan yang Cenderung Stagnan dari Tahun ke Tahun

Salah satu temuan utama adalah kondisi penjualan yang relatif stagnan dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun toko tetap aktif beroperasi dan melakukan penjualan, peningkatan jumlah transaksi tidak menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Stagnasi ini mengindikasikan bahwa strategi penjualan yang diterapkan belum mampu mendorong ekspansi pasar atau menjangkau segmen konsumen yang lebih luas. Dalam konteks *e-commerce* yang

sangat dinamis, kondisi ini dapat menjadi sinyal bahwa toko membutuhkan inovasi strategi pemasaran dan pendekatan baru dalam menarik minat konsumen.

2. Keterbatasan Anggaran Pemasaran (*Marketing Budget*)

Hambatan berikutnya berkaitan dengan minimnya alokasi anggaran untuk kegiatan pemasaran digital. Keterbatasan budget membuat mitra belum dapat memaksimalkan fitur promosi berbayar yang disediakan oleh platform *e-commerce*, seperti iklan Shopee Ads atau kampanye promosi berskala besar. Akibatnya, eksposur toko menjadi terbatas dan sulit bersaing dengan brand lain yang memiliki sumber daya pemasaran lebih besar. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan modal masih menjadi tantangan klasik bagi UMKM dalam mengembangkan bisnis digital.

3. Tingkat Awareness Konsumen yang Masih Rendah

Rendahnya tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) juga menjadi hambatan signifikan dalam pengelolaan penjualan online. Berdasarkan hasil wawancara, masih banyak calon konsumen yang belum mengenal Toko Paradigmart.id, baik dari segi nama toko maupun produk yang ditawarkan. Kurangnya awareness ini dipengaruhi oleh terbatasnya aktivitas promosi yang konsisten dan berkelanjutan, baik melalui fitur internal *e-commerce* maupun media sosial pendukung. Padahal, dalam ekosistem digital, tingkat awareness memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian.

4. Persaingan Ketat dengan Brand Sejenis

Hambatan lainnya adalah tingginya tingkat persaingan dengan brand lain yang menawarkan produk sejenis. Banyak kompetitor telah lebih dahulu membangun identitas merek yang kuat, memiliki jumlah ulasan yang lebih banyak, serta menawarkan harga dan promo yang lebih kompetitif. Kondisi ini membuat Toko Paradigmart.id berada pada posisi yang kurang menguntungkan dalam persaingan *e-commerce*. Tanpa diferensiasi yang jelas, toko berpotensi sulit menarik perhatian konsumen di tengah banyaknya pilihan yang tersedia.

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG MAHASISWA

5. Keterkaitan Antarhambatan dalam Pengelolaan Penjualan Online

Secara keseluruhan, hambatan-hambatan tersebut saling berkaitan dan membentuk siklus permasalahan. Minimnya anggaran pemasaran berdampak pada rendahnya brand awareness, yang kemudian berpengaruh pada stagnasi penjualan. Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat memperbesar tantangan bagi toko untuk berkembang tanpa strategi pemasaran yang tepat dan efisien. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis operasional, tetapi juga pada penguatan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kapasitas dan karakteristik *E-Commerce*.

Apabila berbagai hambatan tersebut tidak ditangani secara tepat, maka berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap performa toko secara keseluruhan. Penjualan yang stagnan dapat berkembang menjadi penurunan omzet, rendahnya brand awareness berisiko menurunkan kepercayaan konsumen, serta ketatnya persaingan dapat menyebabkan toko semakin tertinggal dari kompetitor yang lebih adaptif terhadap strategi pemasaran digital. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat menghambat keberlanjutan usaha dan melemahkan posisi Toko Paradigmart.id di ekosistem *e-commerce*. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini memberikan beberapa rekomendasi strategis yang disesuaikan dengan kapasitas dan kebutuhan mitra, sebagai berikut :

a) Optimalisasi Strategi Pemasaran dengan Biaya Efisien

Mengingat keterbatasan anggaran pemasaran, mitra disarankan untuk memaksimalkan strategi pemasaran berbiaya rendah (*low budget marketing*), seperti pemanfaatan fitur gratis di platform Shopee, termasuk optimasi judul produk, penggunaan kata kunci yang relevan, serta konsistensi dalam mengikuti program kampanye tematik. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan visibilitas toko tanpa membutuhkan biaya promosi yang besar.

b) Penguatan Brand Awareness melalui Konten yang Konsisten

Untuk meningkatkan tingkat awareness, mitra perlu membangun identitas toko yang konsisten melalui konten visual dan narasi yang mudah dikenali. Pembuatan konten sederhana namun rutin, baik melalui Shopee Feed maupun media sosial pendukung, dapat menjadi langkah awal dalam

memperkenalkan toko kepada calon konsumen. Konsistensi konten dinilai lebih efektif dibandingkan promosi sesekali yang tidak berkelanjutan.

c) Pemanfaatan Live Shopping sebagai Media Interaksi

Live shopping direkomendasikan sebagai strategi untuk meningkatkan interaksi langsung dengan konsumen. Melalui sesi live, mitra dapat menjelaskan keunggulan produk secara lebih detail, menjawab pertanyaan secara real-time, serta membangun kedekatan dengan calon pembeli. Pendekatan ini dapat menjadi nilai tambah bagi toko dalam menghadapi persaingan dengan brand lain.

d) Diferensiasi Produk dan Layanan

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, mitra perlu menonjolkan keunikan produk maupun layanan yang dimiliki. Diferensiasi dapat dilakukan melalui pelayanan yang lebih responsif, pengemasan yang rapi, atau penawaran bonus sederhana. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman belanja yang positif sehingga konsumen memiliki alasan untuk kembali berbelanja.

e) Evaluasi dan Monitoring Performa Penjualan secara Berkala

Owner disarankan untuk melakukan evaluasi performa toko secara rutin dengan memanfaatkan data penjualan yang tersedia di dashboard Shopee. Evaluasi ini mencakup analisis produk terlaris, waktu penjualan tertinggi, serta respons konsumen terhadap promosi yang dilakukan. Dengan monitoring yang berkelanjutan, owner dapat menyesuaikan strategi penjualan secara lebih tepat dan berbasis data.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, serta evaluasi kegiatan pendampingan, dapat disimpulkan bahwa Toko Paradigmart.id menghadapi sejumlah hambatan utama dalam pengelolaan penjualan online, mulai dari penjualan yang stagnan, keterbatasan anggaran pemasaran, rendahnya brand awareness, hingga ketatnya persaingan dengan brand lain di platform *e-commerce*. Hambatan-hambatan tersebut saling berkaitan dan berpotensi menurunkan performa toko secara keseluruhan apabila tidak ditangani secara sistematis dan berkelanjutan.

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG MAHASISWA

Melalui kegiatan pengabdian ini, mitra memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pentingnya pengelolaan penjualan online yang terstruktur, pemanfaatan fitur *e-commerce* secara optimal, serta penerapan strategi pemasaran digital yang disesuaikan dengan kapasitas *e-commerce*. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada aspek teknis operasional, tetapi juga pada upaya membangun daya saing toko di tengah dinamika dan persaingan ekosistem digital yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan evaluasi selama kegiatan pengabdian berlangsung, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan penjualan online Toko Paradigmart.id masih menghadapi sejumlah hambatan utama, yaitu penjualan yang cenderung stagnan, keterbatasan anggaran pemasaran, rendahnya brand awareness, serta tingginya tingkat persaingan dengan brand sejenis di platform *e-commerce*. Hambatan-hambatan tersebut saling berkaitan dan berpotensi menurunkan performa toko secara keseluruhan apabila tidak ditangani secara terencana dan berkelanjutan.

Melalui kegiatan pendampingan ini, mitra memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pentingnya pengelolaan penjualan online yang terstruktur, penerapan standar operasional prosedur, serta pemanfaatan fitur *e-commerce* secara optimal, termasuk promosi dan live shopping. Selain memberikan dampak positif bagi mitra, kegiatan ini juga berkontribusi dalam meningkatkan keterampilan dan kesiapan mahasiswa magang dalam mengelola *marketplace* sebagai bekal menghadapi dunia kerja. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong pengelolaan *e-commerce* yang lebih profesional, adaptif, dan berkelanjutan bagi e-commerce.

Saran

Berdasarkan hasil pendampingan dan evaluasi kegiatan pengelolaan akun Shopee Paradigmart.id, mitra disarankan untuk menerapkan pengelolaan toko online secara konsisten dan berkelanjutan, khususnya dalam pemanfaatan fitur *e-commerce*, pembuatan konten promosi, serta monitoring performa penjualan berbasis data. Konsistensi ini

diharapkan mampu meningkatkan visibilitas toko dan memperkuat daya saing di tengah persaingan *marketplace* yang semakin kompetitif.

Selain itu, mahasiswa magang diharapkan dapat menjadikan pengalaman pendampingan ini sebagai sarana penguatan kompetensi komunikasi pemasaran digital dengan mengintegrasikan teori dan praktik lapangan. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian serupa dengan durasi pendampingan yang lebih panjang dan indikator pengukuran yang lebih variatif agar diperoleh gambaran efektivitas pengelolaan *e-commerce* yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Cibinong, K. P. (2020). *PENERAPAN E-COMMERCE PADA KELOMPOK PKK DI* 03(03), 218–224.
- Ekonomi, J. I. (2024). *JIEMAS E – COMMERCE BISNIS DAN INTERNET*. 129–135.iii,
- B. A. B., & Penelitian, A. M. (2010). *Metode Penelitian*.
- Kuswanto, J., & Condong, D. (2019). *PENERAPAN E-COMMERS BERBASIS WEBSITE SEBAGAI MEDIA*. 40, 211–216.
- Lestari, S., Pudrianisa, G., Pangestu, A. G., & Swandry, L. (2023). *Literasi Digital Marketing dan Pemanfaatan Marketplace Dalam Pengembangan Bisnis Online Pemuda Condongcatur*. 6(1), 87–98.
- Muntadhiroh, F. A., Nisak, I. L., & Kediri, I. (2024). *Pemberdayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce : Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut*. 2(3), 628–633.
- Rahmawati, K. (2021). *PELATIHAN PENJUALAN ONLINE MENGGUNAKAN*. 6788, 79–85.
- Ramdan, S., Marsela, A., Febiyanto, F. D., & Lesmana, N. P. (2025). *Jurnal Abdimas Teknologi Informatika & Komputer (JATIK) Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Branding UMKM Desa Cibolangkaler Jurnal Abdimas Teknologi Informatika & Komputer (JATIK)*. 2, 113–119.
- Waruwu, M. (2024). *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep , Prosedur , Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan*. 5, 198–211.

**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN AKUN SHOPEE
PARADIGMART.ID SEBAGAI PROGRAM KERJA MAGANG
MAHASISWA**

Wicaksana, D. A., Christanto, F. W., Putri, A. N., Semarang, U., & Mikro, U. (2024).

PELATIHAN DAN IMPLEMENTASI SHOPEE PARTNER DALAM. 2(4), 1218–
1224.