

## Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Digital di Provinsi Kalimantan Timur Melalui Kampus UMKM Shopee

Devy Indah Paramitha<sup>1</sup> Annisa Fuji Yanti<sup>2</sup> Cindiana Mi'raj<sup>3</sup> Indah Novita Sari<sup>4</sup> Putri Novianti<sup>5</sup> Muhammad Rizzami Aliffatarani<sup>6</sup>

Hubungan Internasional, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Politik, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

Email: [dip923@umkt.ac.id](mailto:dip923@umkt.ac.id)<sup>1</sup> [annisafujiyanti306@gmail.com](mailto:annisafujiyanti306@gmail.com)<sup>2</sup> [cindianamiraj@gmail.com](mailto:cindianamiraj@gmail.com)<sup>3</sup> [indahnovitasari31@gmail.com](mailto:indahnovitasari31@gmail.com)<sup>4</sup> [nopgigy@gmail.com](mailto:nopgigy@gmail.com)<sup>5</sup> [rizzarizzami@gmail.com](mailto:rizzarizzami@gmail.com)<sup>6</sup>

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi menjadikan *digital marketing* sebagai alternatif dalam memasarkan produk. Kemajuan teknologi dan basis pengguna internet yang besar membuat banyak pelaku usaha yang beralih dari teknik pemasaran konvensional ke pemasaran digital dengan memanfaatkan *e-commerce*. Sebagai salah satu platform *e-commerce* yang memiliki jangkauan pemasaran cukup besar di Indonesia, Shopee menjadi salah satu peluang untuk UMKM dalam memasarkan dan mengembangkan bisnisnya di era digital. Dengan menggunakan konsep transformasi digital tulisan ini mencoba untuk menjelaskan mengenai bagaimana kampus UMKM Shopee berperan sebagai fasilitator dalam upaya pengembangan pelaku usaha berbasis digital di provinsi Kalimantan Timur. Kehadiran UMKM Shopee sebagai pusat layanan pelatihan dan pendampingan UMKM Lokal menjadi peluang besar bagi pelaku usaha dalam pemasaran serta pengembangan bisnis di era digital khususnya di Provinsi Kalimantan Timur.

**Kata Kunci:** Globalisasi, E-Commerce, Transformasi Digital, Kampus UMKM Shopee

### Abstract

*The development of information technology in the globalization era makes digital marketing being an alternative in marketing. Technological advances and large internet user base have made many business actors decided to switch from conventional marketing techniques to digital marketing by utilizing e-commerce platform. As one of the e-commerce platforms that has a large marketing reach in Indonesia, Shopee is an opportunity for UMKM to develop their business in the digital era. By using the concept of digital marketing, this paper aims to describe how UMKM Shopee campus acts as a facilitator to develop digital-based business actors in the East Kalimantan Province. The presence of UMKM Shopee campus as a training and mentoring service center for local UMKM is a great opportunity for any business actor in marketing and business development in the digital era, especially in East Kalimantan Province.*

**Keywords:** Globalization, E-Commerce, Digital Transformation, UMKM Shopee Campus



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Globalisasi menjadi topik penting pada abad 21, dimana hubungan dan kontak antar masyarakat berlansung secara lintas batas dan lebih intens. Globalisasi berkontribusi dalam perkembangan teknologi diberbagai macam aspek baik transportasi, telekomunikasi, internet, serta teknologi digital (Hermawan, 2020). Perkembangan global berperan aktif dalam mempercepat proses digitalisasi di berbagai lini kehidupan masyarakat yang salah satu diantaranya ialah sektor ekonomi. Salah satu sektor perkeonomian yang fundamental di Indonesia adalah UMKM. Dimana UMKM selama ini terbukti telah menjadi penggerak sektor ekonomi paling mendasar dan kerap kali menjadi akselerator dalam upaya perbaikan ekonomi nasional pasca krisis (Arianto, 2020). Selama ini, UMKM dianggap sudah menjadi tulang punggung ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu, pengembangan dan pemberdayaan bagi pelaku bisnis UMKM menjadi sebuah kepatutan khususnya di era digital.

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai penopang perekonomian Indonesia di era globalisasi tentu memerlukan strategi yang efektif. Dalam menghadapi berbagai tantangan dan dinamika yang dihasilkan karena globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan bertransformasi menjadi lebih modern. Salah satu yang dilakukan ialah dengan melakukan transformasi pada proses serta strategi penggunaan teknologi dalam kegiatan operasional sehingga diharapkan mampu meningkatkan cara operasi dan pelayanan terhadap pelanggan. Digitalisasi UMKM diharapkan dapat meningkatkan efektifitas khususnya dalam hal pemasaran, sehingga jangkauan konsumennya pun lebih luas dan potensi keuntungan pun semakin besar.

Meski demikian, upaya untuk mengembangkan UMKM berbasis digital tentu tidak mudah. Hal ini karena tidak semua pelaku UMKM mengikuti perkembangan teknologi dan masih kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital. Sehingga, untuk mewujudkan UMKM yang berbasis digital perlu adanya sosialisasi dan pendampingan yang intens. Oleh karenanya, kampus UMKM Shopee hadir sebagai salah satu fasilitator dalam upaya percepatan transformasi digital pelaku UMKM khususnya penguatan di sektor *digital marketing*.

Sebagai salah satu fasilitator pengembangan UMKM berbasis digital di provinsi Kalimantan Timur, kampus UMKM Shopee hadir sejak 28 Maret 2022 dan juga merupakan cabang ke-7 di Indonesia. Keberadaan kampus UMKM Shopee diharapkan dapat mempercepat proses digitalisasi UMKM di Provinsi Kalimantan Timur serta memperluas jangkauan pemasaran produk baik di tingkat nasional hingga internasional melalui program Ekspor Shopee (Wawancara, tanggal 28 Juni 2022). Kampus UMKM Shopee sendiri memfasilitasi para anggota dengan menyediakan beberapa fasilitas seperti: *pertama*, aula atau kelas guna melakukan pembelajaran dengan bekerjasama bersama komunitas UMKM; *kedua*, studio foto yang bisa digunakan untuk memfoto produk dan mempromosikan barang yang dijual; dan *ketiga*, studio live streaming (Wawancara, tanggal 28 Juni 2022).

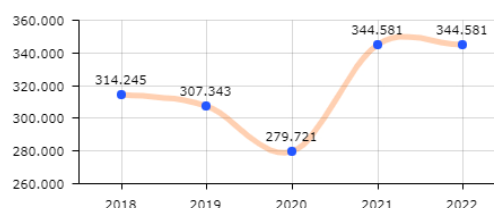
## METODE PENELITIAN

Kualitatif deskriptif dipilih sebagai pendekatan dalam penelitian ini guna memberikan gambaran umum mengenai bagaimana upaya pengembangan UMKM berbasis digital di provinsi Kalimantan Timur melalui kampus UMKM Shopee. Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yakni melalui wawancara dan studi pustaka atau berdasarkan pada dokumen pendukung berupa buku, jurnal baik nasional maupun internasional serta tulisan lainnya yang relevan baik dalam bentuk cetak maupun elektronik.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

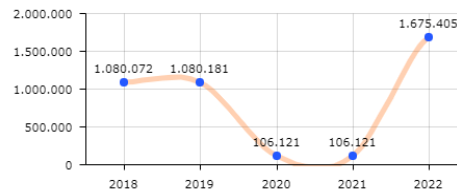
### Hasil Penelitian

Provinsi Kalimantan Timur merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki cukup banyak pelaku UMKM. Hal tersebut dapat dilihat melalui data Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Kalimantan Timur yang tergambar melalui grafik berikut:



Grafik 1. Jumlah UMKM Berdasarkan Skala Unit  
(<https://sidata.kaltimprov.go.id/>, 05 Agustus 2022)

Jika merujuk pada data tersebut, dapat dilihat bahwa total jumlah UMKM di provinsi Kalimantan timur mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun 2020 ke tahun 2021. Hal ini tidak lain karena adanya upaya pemerintah pusat dan daerah untuk melakukan pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid 19 melalui pemberian dana bantuan modal usaha dan sebagainya. Dengan total jumlah sebanyak 344.581, UMKM di Provinsi Kalimantan Timur tentu berpotensi untuk semakin dikembangkan guna mampu bersaing secara global. Selain itu, pengembangan UMKM juga perlu dilakukan mengingat keberadaan UMKM juga dapat menjadi lapangan pekerjaan bagi masyarakat.



**Grafik 1. Penyerapan Tenaga Kerja UMKM (Per orang)**  
(<https://sidata.kaltimprov.go.id/>, 05 Agustus 2022)

Grafik tersebut menunjukkan bahwa terdapat 1.675.405 orang yang mendapatkan pekerjaan dari sektor UMKM di Provinsi Kalimantan Timur pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa pemulihan ekonomi pasca covid oleh pemerintah pusat dan daerah dengan memperkuat sektor UMKM cukup efektif. Namun demikian, momentum ini perlu semakin dikembangkan, salah satunya dengan melakukan digitalisasi di sektor UMKM dengan melibatkan Kampus UMKM Shopee sebagai fasilitator.

## Pembahasan

### Transformasi digital di Era Globalisasi

Transformasi digital hampir terjadi di segala lini kehidupan manusia, mulai dari sektor ekonomi, sektor publik dan pemerintahan, pendidikan, kesehatan, sosial, politik, hingga individu. Transformasi digital merupakan salah satu produk globalisasi yang menggunakan teknologi dalam mengembangkan model bisnis. Dalam pengembangan transformasi digital terdapat tiga unsur yang terlibat, yakni: transformasi digital dalam bisnis, organisasi, dan teknologi.

Globalisasi merupakan sebuah fenomena yang ditandai dengan adanya perubahan dari peradaban manusia secara terus menerus (Nurhaida, 2015). Proses globalisasi didukung dengan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih. Saat ini globalisasi merubah lingkungan internasional menjadi semakin mudah untuk saling terhubung. Hal tersebut disebabkan oleh adanya akses dan peluang untuk bisa saling berinteraksi antara satu sama lain, baik antar negara, pemerintah maupun individu.

Transformasi digital menjadikan setiap kalangan mau tidak mau berhadapan dengan modernisasi. Dalam perspektif liberal, modernisasi ditandai dengan meningkatnya teknologi dan menghadirkan efisiensi dalam produksi hingga distribusi (Jackson, 2013:175). Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya *e-commerce* dan platform lainnya yang menawarkan layanan dalam setiap aspek kehidupan. Munculnya berbagai macam layanan berbasis online tentu dapat menciptakan persaingan yang ketat. Sehingga diperlukan kreativitas dan inovasi baru agar bisa menjadi lebih unggul.

Pandemi Covid-19 turut berdampak pada percepatan transformasi digital di Indonesia. Transformasi digital menjadi peluang bagi sebagian masyarakat untuk pengembangan komunikasi, interaksi, dan relasi. Namun bagi Sebagian orang, penerapan digitalisasi merupakan hambatan karena adanya keterbatasan dan ketidaksiapan. Sebab, rencana

penerapan digitalisasi pada setiap aktivitas masyarakat di Indonesia hanyalah sebatas konsep dan pengenalan. Oleh karena itu, diperlukan bimbingan dan sosialisasi terkait pentingnya beradaptasi dengan teknologi sebagai faktor pendukung untuk bisa meningkatkan kualitas usaha.

### **Profil Kampus UMKM Shopee**

Kampus UMKM Shopee merupakan sebuah lanjutan kolaborasi strategis untuk meningkatkan kualitas guna mempersiapkan UMKM go ekspor. Kampus shopee berdiri sejak 5 Agustus 2021 dan sudah tersebar di beberapa kota antara lain Solo, Bandung, Semarang, Jakarta, Yogyakarta, Medan, Malang, Makassar, dan Samarinda (<https://seller.shopee.co.id/>, 05 Agustus 2022). Visi kampus UMKM Shopee ialah untuk memajukan UMKM dan berupaya agar UMKM bisa lebih maju dengan menawarkan keunggulan teknologi digital. Kampus UMKM Shopee memiliki misi untuk membimbing para pelaku UMKM agar lebih mandiri dan dapat beradaptasi di era digital. Terdapat serangkaian program yang disediakan oleh kampus UMKM Shopee, yakni Edukasi, Pendampingan bisnis, dan menyediakan fasilitas pendukung bisnis seperti ruang live serta studi foto produk.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan tanggal 28 Juni 2022, kampus UMKM Shopee memiliki kurikulum yang nantinya diajarkan kepada pelaku UMKM yang mendaftar. Dalam kurikulum tersebut terdapat 9 (sembilan) modul yang memiliki tema berbeda. Selain dalam hal edukasi, kampus UMKM Shopee sebagai upaya pengembangan UMKM go global juga menyediakan program ekspor shopee. Dimana pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk memasarkan produk unggulannya secara global. Program ini merupakan pengejawantahan dari program kolaborasi Shopee dengan Sekolah Ekspor yang turut didukung oleh kementerian perdagangan Republik Indonesia dan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia serta sudah dimulai sejak awal maret 2021 (Wawancara, 28 Juni 2022).

Selain membantu UMKM untuk memanfaatkan platform pemasaran digital, kampus UMKM Shopee juga memberikan kesempatan bagi para UMKM yang telah berjualan di platform Shopee untuk semakin mengembangkan usahanya dengan memberikan program Bimbel Shopee selama 1 (satu) bulan.

### **Kehadiran UMKM Shopee di Kalimantan Timur**

Dalam menyongsong kesiapan era industri 5.0, kehadiran UMKM Shopee di Kalimantan Timur sangat disambut baik oleh pemerintah provinsi. Kampus UMKM Shopee diharapkan dapat memberikan dukungan kepada para UMKM lokal agar siap menghadapi era digital dengan memanfaatkan teknologi informasi. Kehadiran kampus UMKM Shopee memberikan peluang agar pemasaran produk UMKM lokal di provinsi Kalimantan Timur dapat menjangkau pasar nasional bahkan internasional. Pemilihan Samarinda sebagai tempat pendirian Kampus UMKM Shopee Provinsi Kalimantan Timur ialah karena letak yang strategis dan merupakan ibu kota provinsi Kalimantan Timur. Samarinda dianggap berada pada titik strategis karena berada di tengah kota lain, seperti Tenggarong, Bontang dan Balikpapan (Wawancara, 28 Juni 2022).

Kampus UMKM Shopee menerapkan konsep digital dalam upaya pengembangan UMKM. Shopee hadir sebagai platform yang menerapkan konsep digital dengan menyediakan layanan jual beli secara online. Hal tersebut dapat mempermudah penjual dan pelanggan untuk bisa saling terhubung. Hadirnya kampus UMKM Shopee Kalimantan Timur bertujuan untuk menyebarkan konsep digital dengan melakukan pemberdayaan seputar penerapan teknologi dalam aktivitas jual beli dari pelaku UMKM.

Kampus UMKM Shoppe secara hadir sebagai aktor yang turut berperan dalam membangun UMKM di Provinsi Kalimantan Timur agar dapat berdaya saing global. Bersama dengan pemerintah, sebagai perusahaan *E-Commers* Shopee berupaya untuk memperkenalkan



teknologi digital kepada para UMKM. Pemberdayaan ini juga sebagai langkah bagi para pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat. Saat ini banyak produk luar yang dapat mengancam eksistensi dari produk-produk lokal produksi UMKM. Pemerintah diharapkan terus memberi dukungan, baik kepada kampus maupun UMKM agar bisa berjalan secara beriringan, demi menciptakan lingkungan ekonomi yang dapat berdampak positif kepada masyarakat. Kampus UMKM Shopee siap untuk mendukung UMKM di Kalimantan Timur untuk bisa lebih produktif dan kreatif di bawah naungan Shopee. Mengingat bahwa Kalimantan Timur akan menjadi IKN atau Ibu Kota Negara. Hal tersebut semakin meningkatkan semangat dan komitmen Shopee untuk bisa memaksimalkan UMKM agar dapat terus berinovasi dan beradaptasi dengan strategi penjualan digital.

## KESIMPULAN

Globalisasi menyebabkan pergeseran gaya hidup yang lebih modern dan secara tidak langsung memaksa masyarakat beradaptasi. Perkembangan teknologi memang dapat berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan, tapi tidak semua orang bisa memanfaatkan hal tersebut secara maksimal. Kurangnya pengetahuan dan sosialisasi akan membuat masyarakat sulit beradaptasi. Oleh karena itu, dibutuhkan peran dari aktor yang dapat menyebarkan dampak positif dari penggunaan teknologi.

Era digital berdampak kepada hampir seluruh kalangan, salah satunya yang berperan dalam pembangunan ekonomi. UMKM merupakan salah satu penopang ekonomi negara dan membutuhkan dukungan serta arahan untuk bisa bertahan di tengah kuatnya arus globalisasi. Pemerintah mungkin bisa secara aktif memberikan pemberdayaan, tapi peran aktor di luar instansi pemerintah juga tidak kalah berpengaruh. Kampus UMKM Shopee hadir sebagai pendukung UMKM, khususnya di Kalimantan Timur. Dengan banyaknya jumlah UMKM di Provinsi Kalimantan Timur, sudah pasti membutuhkan tindakan khusus agar para pelaku UMKM dapat terus aktif mengembangkan usahanya khususnya di era post pandemi. Kampus UMKM Shopee Kalimantan Timur memberikan layanan pemberdayaan dan menyediakan berbagai fasilitas untuk membantu pelaku UMKM lebih aktif dalam kegiatan ekonomi di era digital.

Kampus UMKM Shopee didirikan di Samarinda, karena melihat peluang dari besarnya jumlah UMKM di Kalimantan Timur. Di tengah era digital seperti sekarang, Shopee memiliki tujuan untuk menjadikan UMKM di Kalimantan Timur bisa lebih kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi digital. Kampus UMKM Shopee Kalimantan Timur hadir sebagai fasilitator dengan memberikan edukasi. Meskipun demikian, sebagai fasilitator UMKM Shopee hanya berperan dalam hal pendampingan sehingga dalam hal pengembangan produk UMKM tentu dikembalikan kepada para pelaku UMKM itu sendiri. Oleh karenanya, tantangan pengembangan UMKM berbasis digital di provinsi Kalimantan timur ialah terletak dari bagaimana para pelaku UMKM dapat mengimplementasikan dengan baik ilmu yang telah diberikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Hermawanto, dkk., Globalisasi,(2020). Revolusi Digital, dan Lokalitas: Dinamika Internasional dan Domestik di era Borderless World, Yogyakarta
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2)
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang.

- SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Kalimantan Timur. (n.d.). Jumlah UMKM berdasarkan skala unit. Sistem Informasi Data Kalimantan Timur. Diakses pada 05 Agustus 2022 melalui <https://sidata.kaltimprov.go.id/>
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Kalimantan Timur. (n.d.). Penyerapan Tenaga Kerja UMKM (Perorang). Sistem Informasi Data Kalimantan Timur. Diakses pada 05 Agustus 2022 melalui <https://sidata.kaltimprov.go.id/>
- Insyah Musa, M. (2015). Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD) JURNAL PESONA DASAR Universitas Syiah Kuala*, 3(3), 1–14.
- Kampus UMKM Shopee. (n.d.). diakses pada 05 Agustus 2022 melalui <https://seller.shopee.co.id/>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Robert Jackson & Georgn Serensen, (2013), *Pengantar Studi Hubungan Internasional : Teori dan Pendekatan*, Pustaka Pelajar
- Septiana, E., & Widayani, S. 1 A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 4, Issue 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Viona, V., Yohanes, K., Mega, L. S., Kurniawati, W., Farady Marta, R., & Isnaini, D. M. (2021). Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern. In *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi: Vol. 1* (Issue 2). <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>