

**MENINGKATKAN DAYA SAING DIGITAL MELALUI MARKETPLACE : STRATEGI DAN SOLUSI
BAGI UMKM DI DESA SUMORAME**

Alifvita Nur Cholella

Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Delta Sidoarjo,
alifvitanurcholella@gmail.com

Hidayati Nur Fadhilah

Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Delta Sidoarjo,
hidayatifadhilah5@gmail.com

Kartika Simanjuntak

Program Studi Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Delta Sidoarjo,
kartikasimanjuntak2103@gmail.com

Dedi Irwanto

dedi.irwanto2009@gmail.com
Program Studi Statistik, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Delta Sidoarjo,

Yudy Prasetyo

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Delta Sidoarjo,
yudyp77@gmail.com

Andik Susanto

andikusanto12@gmail.com
Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Delta Sidoarjo,

Agung Kurniawan

d0kt012@gmail.com
Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Delta Sidoarjo,

Moch Dicky Riza

mohadiza69@gmail.com
Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Delta Sidoarjo,

Faris

m.fariss93@gmail.com
Program Studi Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Delta Sidoarjo

Abstrak

Di era digital, media sosial dan marketplace seperti Shopee, TikTok, dan Lazada menjadi platform strategis bagi UMKM dalam memasarkan produk. Desa Sumorame memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, namun pemanfaatan marketplace oleh para pelaku usaha setempat masih belum optimal. Melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa Universitas PGRI Delta Sidoarjo melaksanakan program pengabdian masyarakat yang berfokus pada edukasi digitalisasi UMKM. Kegiatan yang dilakukan meliputi seminar pemanfaatan marketplace, pembuatan akun penjual, desain tampilan produk menggunakan Canva, fotografi produk, serta pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Metode pelaksanaan mencakup peningkatan literasi digital, penguatan strategi pemasaran digital, optimalisasi manajemen usaha, peningkatan kualitas produk, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan marketplace secara digital; sekitar 85% peserta memahami materi pelatihan dan 70% mulai menerapkan dalam kegiatan usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam menghadapi era digital, mendorong inovasi produk, serta memperkuat ekosistem usaha yang berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, marketplace, digitalisasi, Desa Sumorame.

Abstract

In the digital era, social media and online marketplaces such as Shopee, TikTok, and Lazada have become strategic platforms for MSMEs to promote their products. Sumorame Village holds great potential for MSME development; however, the utilization of digital marketplaces among local entrepreneurs remains suboptimal. Through a Community Service Program (Kuliah Kerja Nyata/KKN), students from Universitas PGRI Delta Sidoarjo carried out activities focused on promoting digital literacy among MSMEs. The activities included seminars on marketplace utilization, account creation, product display design using Canva, product photography, and registering business locations on Google Maps. The implementation methods encompassed digital literacy enhancement, digital marketing strategies, business management optimization, product quality improvement, as well as mentoring and evaluation. The results showed improved understanding and skills among MSME participants in using digital marketplaces; approximately 85% of participants understood the training materials, and 70% began applying them in their businesses. This program aimed to strengthen MSMEs' capacity to adapt in the digital era, encourage product innovation, and build a sustainable entrepreneurial ecosystem.

Keywords: MSMEs, marketplace, digitalization, Sumorame Village.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, di era digital, pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, strategi pemasaran yang kurang efektif, dan manajemen operasional yang belum optimal.

Marketplace seperti Shopee, TikTok, Tokopedia, dan Lazada saat ini menjadi platform populer yang menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan produk. Desa Sumorame merupakan salah satu wilayah dengan potensi besar dalam pengembangan UMKM, khususnya di bidang produksi makanan dan berbagai produk lokal. Sayangnya, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih belum memanfaatkan marketplace secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar mereka.

Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan strategi yang tepat guna memaksimalkan pemanfaatan platform digital. Langkah strategis yang dilakukan melalui program pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKN Universitas PGRI Delta Sidoarjo meliputi:

1. Meningkatkan Literasi Digital UMKM

Memberikan pemahaman tentang pentingnya transformasi digital dan pemanfaatan fitur marketplace untuk mendukung peningkatan penjualan.

2. **Mengembangkan Strategi Pemasaran Digital**

Melatih teknik pemasaran digital seperti optimasi mesin pencari (SEO), penggunaan iklan berbayar, dan strategi branding melalui media sosial.

3. **Meningkatkan Efisiensi Manajemen Bisnis**

Memberikan pelatihan pengelolaan stok, sistem logistik, layanan pelanggan, serta penggunaan teknologi manajemen seperti aplikasi pencatatan keuangan dan pemesanan.

4. **Mendorong Inovasi dan Peningkatan Kualitas Produk**

Membantu pelaku usaha meningkatkan kualitas melalui standarisasi, desain kemasan, diferensiasi produk, serta membangun kesadaran akan pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI).

5. **Membentuk Ekosistem UMKM yang Tangguh**

Mendorong kolaborasi antarpelaku UMKM dan dengan pihak eksternal (pemerintah, e-commerce, lembaga keuangan) serta membangun komunitas berbagi pengetahuan.

Dengan terlaksananya kegiatan ini, UMKM di Desa Sumorame diharapkan dapat lebih siap menghadapi persaingan di era digital, meningkatkan omzet, serta memperluas jangkauan pasar melalui platform marketplace.

Secara teoritis, UMKM memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian daerah dan nasional. Namun, keberhasilan mereka sangat ditentukan oleh kemampuan beradaptasi dengan transformasi digital (Rahadi et al., 2020). Marketplace menjadi solusi yang efektif dalam memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat strategi pemasaran. Pendampingan yang berkelanjutan serta evaluasi strategi digital menjadi faktor penting dalam memastikan keberlanjutan pertumbuhan usaha.

Dalam konteks tersebut, mahasiswa KKN Universitas PGRI Delta Sidoarjo mengambil peran aktif dalam membantu pengembangan potensi lokal melalui digitalisasi UMKM di Desa Sumorame. Salah satu bentuk intervensi yang dilakukan adalah melalui kegiatan seminar dan pelatihan tentang peningkatan daya saing UMKM di era digital melalui pemanfaatan marketplace.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas PGRI Delta Sidoarjo dilaksanakan dengan tujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan marketplace sebagai sarana pemasaran digital. Program ini dirancang sebagai upaya konkret dalam mendukung transformasi digital UMKM agar lebih kompetitif di era ekonomi digital.

1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

- **Lokasi:** Balai Desa Sumorame, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur
- **Tanggal:** Senin, 18 Februari 2025
- **Durasi:** Sekitar dua jam
- **Metode:** Tatap muka (luring), agar peserta dapat langsung mempraktikkan materi pelatihan

2. Sasaran Kegiatan

Kegiatan ini menasar empat kelompok utama:

1. **Pelaku UMKM Desa Sumorame**, sebagai target utama untuk meningkatkan kemampuan dalam pemasaran digital dan manajemen usaha.
2. **Ibu PKK Desa Sumorame**, sebagai kelompok yang aktif memproduksi produk rumah tangga dan memiliki potensi untuk memanfaatkan marketplace.
3. **Karang Taruna**, sebagai agen digitalisasi dan pendukung promosi berbasis teknologi di kalangan pemuda desa.
4. **BUMDes (Badan Usaha Milik Desa)**, sebagai mitra strategis dalam penguatan ekosistem ekonomi desa secara berkelanjutan.

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

a. Tahap Persiapan

1. Koordinasi dengan pemerintah desa terkait pelaksanaan kegiatan
2. Penyusunan materi pelatihan, mencakup pengenalan marketplace, strategi pemasaran digital, dan manajemen usaha
3. Persiapan sarana pendukung seperti modul pelatihan, proyektor, akses internet, dan perangkat praktik

b. Tahap Pelaksanaan (Seminar dan Pelatihan Interaktif)

Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk seminar singkat yang dilanjutkan dengan pelatihan praktik langsung. Rangkaian kegiatan meliputi:

1. **Pembukaan Acara**
Sambutan dari perwakilan desa dan tim KKN, serta penjelasan tujuan dan manfaat kegiatan
2. **Materi 1: Pengenalan Marketplace**
Pengertian, manfaat, dan jenis-jenis marketplace populer di Indonesia seperti TikTok dan Shopee
3. **Materi 2: Strategi Pemasaran Digital**
Teknik membuat akun toko online, optimalisasi profil usaha, penggunaan media sosial, dan strategi SEO sederhana
4. **Materi 3: Manajemen Bisnis Digital**
Pengelolaan stok barang, pemrosesan pesanan, pelayanan pelanggan, serta pentingnya inovasi dan branding
5. **Praktik Langsung**
Pembuatan akun marketplace, unggah produk, penyusunan deskripsi produk, pengambilan dan pengeditan foto produk

c. Tahap Evaluasi dan Pendampingan

1. **Diskusi dan Tanya Jawab**, untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi peserta
2. **Evaluasi Kegiatan**, melalui umpan balik lisan maupun tertulis untuk menilai pemahaman materi
3. **Pendampingan Lanjutan**, bagi UMKM yang membutuhkan dukungan lebih lanjut dalam mengembangkan toko online mereka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan marketplace di Desa Sumorame menunjukkan dampak positif bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil evaluasi, sebanyak **85% peserta pelatihan memahami materi dengan baik**, dan **sekitar 70% telah mulai menerapkan keterampilan yang diperoleh** dalam praktik usaha mereka.

Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, khususnya dalam praktik seperti **pengambilan foto produk, pengeditan visual menggunakan Canva, dan pendaftaran akun serta produk di platform marketplace**. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga berhasil mendorong perubahan perilaku dan tindakan nyata dari peserta.

Peserta juga memahami bagaimana **penjualan produk secara daring** dapat memengaruhi minat konsumen serta memperluas jangkauan pasar. Hal ini memperkuat potensi pemanfaatan marketplace seperti **Shopee, TikTok, dan Lazada** sebagai saluran distribusi strategis bagi UMKM.

Secara lebih rinci, kegiatan ini mendukung beberapa aspek penting dalam penguatan daya saing UMKM, antara lain:

a) Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan Digital

Kegiatan ini membekali UMKM dengan pemahaman mengenai cara membuka dan mengelola toko online, memanfaatkan fitur-fitur marketplace, serta menyusun strategi agar produk lebih mudah ditemukan dan menarik bagi konsumen.

b) Pengembangan Strategi Pemasaran Digital

Materi pelatihan mencakup penggunaan teknik SEO (Search Engine Optimization), iklan digital, dan strategi branding untuk memperkuat identitas produk di pasar yang kompetitif. Hal ini penting agar UMKM dapat bersaing secara efektif di platform digital.

c) Efisiensi Operasional dan Manajemen Bisnis

Peserta diperkenalkan pada teknik pengelolaan stok barang, pemrosesan pesanan, serta pelayanan pelanggan secara profesional. Efisiensi ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian ulang.

d) Inovasi dan Peningkatan Kualitas Produk

Pelatihan juga mendorong UMKM untuk meningkatkan mutu produk melalui standarisasi, desain kemasan yang menarik, serta diferensiasi produk berdasarkan kebutuhan pasar.

e) Penguatan Ekosistem UMKM Digital

Selain mendukung individu pelaku usaha, kegiatan ini turut membangun jejaring kolaboratif antar pelaku UMKM dan mendorong integrasi dengan teknologi digital lainnya seperti media sosial dan layanan keuangan digital (fintech), demi menciptakan ekosistem UMKM yang kuat dan berkelanjutan.

Dengan capaian-capaian tersebut, kegiatan pengabdian ini terbukti memberikan kontribusi nyata dalam mendorong transformasi digital bagi UMKM Desa Sumorame dan membuka peluang baru dalam peningkatan daya saing produk lokal di pasar digital.

KESIMPULAN

Kegiatan seminar dan pelatihan yang dilaksanakan oleh tim mahasiswa pengabdian masyarakat Universitas PGRI Delta Sidoarjo di Desa Sumorame bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan marketplace sebagai sarana pemasaran produk. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pemahaman tentang strategi pemasaran digital, manajemen bisnis daring, serta pentingnya inovasi produk agar lebih kompetitif di pasar digital.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan antusiasme peserta dalam menerapkan materi yang diperoleh. Hal ini terlihat dari data evaluasi, di mana sebagian besar peserta memahami materi pelatihan dan mulai mempraktikkan penggunaan marketplace secara langsung.

Selain keterampilan teknis, kegiatan ini juga membuka ruang diskusi dan kolaborasi antar pelaku usaha dalam menghadapi tantangan bisnis digital. Dengan adanya edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan, UMKM di Desa Sumorame diharapkan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan potensi ekonomi digital secara optimal.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM, tetapi juga berperan dalam membentuk ekosistem usaha lokal yang lebih kuat, adaptif, dan berkelanjutan di era digital.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan penelitian ini. Terima kasih khusus disampaikan kepada:

1. Perangkat Desa dan Ibu Ibu PKK yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai dan memberikan informasi yang sangat berharga mengenai pengalaman mereka dalam memanfaatkan marketplace. Tanpa partisipasi mereka, penelitian ini tidak akan berjalan dengan baik.
2. Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, dan masukan yang konstruktif selama proses penelitian ini berlangsung. Bimbingan dan dukungannya sangat membantu dalam menyusun laporan ini dengan baik.
3. Pihak yang mendukung yaitu, PT Mosa Karya Nusantara Sidoarjo Center, Resikan Club, Davina Catering, dan Rumah Kue Pandansari
4. Teman-teman Peneliti yang telah memberikan dukungan moral dan teknis, serta berbagi pengetahuan yang bermanfaat selama penelitian ini.
5. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam setiap tahap penelitian ini.

Semoga kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan UMKM dan desa, serta dapat menjadi acuan untuk penelitian atau kegiatan pengabdian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusuma, Vincentius A. M., et al. "Strategi Digital Marketing pada Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat." *Jurnal Cafetaria*, vol. 3, no. 1, 2022, pp. 24-35.
- Dio Rizki Irawan, M. A. (2023). Pembinaan UMKM Melalui Pengelolaan Bisnis Marketplace. *AL-MUSYARAKAH*, 1-11.
- Sahri Aflah Ramadiansyah, N. I. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagra, Sebagai Alat Promosi Produk UMKM di Desa Sibang Gede Abiansemal Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1-8.
- Suparjiman, I. D. (2024). Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Online di Desa Sindangpanon. *Jurnal Bermasyarakat*, 1-8.

Lampiran



1. Mahasiswa KKN Universitas PGRI Delta Sidoarjo saat melaksanakan pelatihan digitalisasi UMKM di Balai Desa Sumorame.



2. Peserta pelatihan antusias mengikuti seminar pengenalan marketplace untuk meningkatkan daya saing usaha di era digital.



3. Suasana seminar “Pemanfaatan Marketplace untuk UMKM” yang dihadiri oleh pelaku usaha, ibu PKK, dan Karang Taruna Desa Sumorame.



4. Penyampaian materi tentang strategi digital marketing oleh tim mahasiswa KKN kepada peserta pelatihan.



5. Peserta praktik langsung membuat akun marketplace dengan bimbingan mahasiswa KKN.



6. Sesi diskusi dan tanya jawab mengenai tantangan dan solusi dalam menjalankan bisnis digital.