

## **Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace Bagi Pelaku Umkm Dalam Mendukung Peningkatan Perekonomian Desa Di Kabupaten Indramayu**

**Taupiqqurrahman<sup>1</sup>, Rianda Dirkareshza<sup>2</sup>, Dwi Aryanti Ramadhani<sup>3</sup>, Ratna Hindira DPS<sup>4</sup>**

Universitas Pembangunan Nasional veteran Jakarta

Email : [taupiqqurrahmana@upnvj.ac.id](mailto:taupiqqurrahmana@upnvj.ac.id)

### **Abstract**

Jatisura Village is one of the villages in Indramayu Regency, West Java Province. The village has advantages that other villages do not have. In Jatisura Village, there is a UMKM Rolisa Food, this UMKM has six products in packaged form. The six products include Mango Crackers, Mango Bean Coffee, Candied Mangoes, Mango Juice, Orange Leaf Beans and Cowhide Krupuk. However, the problem is that the UMKM of Rolisa Food has not been able to sell the UMKM products and only sell conventionally. Meanwhile, at this time the development of increasingly advanced technology has an impact on digital-based sales and advertising. The activity was carried out in the form of Training on Making Marketplace Accounts for the UMKM Actors in Supporting the Improvement of the Village Economy in Indramayu Regency. The pre-test results are at 27.7% and after the activity is completed through a posttest by filling out a questionnaire using google form media with post test results with results at approximately 83.3%, there is a difference of approximately 55.6%, which explains that there is an increase in knowledge after being given by the service team.

**Keywords:** *training, marketplace, UMKM.*

### **Abstrak**

Desa Jatisura merupakan salah satu desa di Kabupaten Indramayu Propinsi Jawa Barat. Desa tersebut memiliki keunggulan-keunggulan yang tidak dimiliki oleh desa-desa yang lain. Di Desa Jatisura terdapat UMKM Rolisa Food, UMKM ini memiliki enam produk dalam bentuk kemasan. Keenam produk meliputi Kerupuk Mangga, Kopi Biji Mangga, Manisan Mangga, Jus Mangga, Kacang Daun Jeruk dan Krupuk Kulit Sapi. Namun permasalahannya bahwa UMKM Rolisa Food belum dalam melakukan penjualan produk UMKM hanya dilakukan secara konvensional. Sedangkan pada saat ini perkembangan teknologi yang semakin maju berdampak kepada penjualan dan pengiklanan berbasis digital. Kegiatan yang dilakukan dalam bentuk Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace Bagi Pelaku UMKM Dalam Mendukung Peningkatan Perekonomian Desa Di Kabupaten Indramayu. Hasil pre test tersebut ada di angka 27,7% dan setelah kegiatan selesai dilakukan melalui posttest dengan mengisi kuesioner menggunakan media google form dengan hasil post test dengan hasil di angka lebih kurang 83,3%, terdapat selisih lebih kurang 55,6%, yang menjelaskan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan setelah diberikannya oleh tim pengabdian.

**Kata Kunci:** *pelatihan, marketplace, UMKM.*

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi,

dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan

Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, n.d.).

Perhatian pemerintah dengan UMKM terlihat dengan pengesahan atas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Undang-undang tentang UMKM tersebut lahir dalam rangka mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Selain dari undang-undang tentang UMKM. Lahirnya berbagai produk peraturan perundang-undangan terkait UMKM lebih memudahkan bagi pelaku UMKM dalam pembentukan ataupun perizinan UMKM itu sendiri. Bahkan dalam undang-undang UMKM mengharuskan bahwa perizinan yang dilakukan lebih dipermudah dengan konsep perizinan terpadu.

Kemudahan perizinan yang dilakukan terhadap UMKM memang menjadi solusi dalam kemajuan usaha-usaha kecil dipedesaan atau di daerah. Namun permasalahan dalam UMKM ada terkait dengan keberlangsungan dari usaha-usaha itu sendiri. Peran pemerintah dan pemerintah daerah perlu diperkuat dengan melakukan pembinaan terhadap UMKM yang ada.

Permasalahan terkait pembinaan UMKM, bukanlah satu-satunya permasalahan yang muncul di dalam pelaksanaan usaha dalam UMKM. Hal lain yang menjadi perhatian tim adalah terkait UMKM adalah bagaimana produk yang dihasilkan UMKM harus dipasarkan dengan jangkauan luas. Pengembangan wilayah pemasaran tentu merupakan langkah konkrit menjamin peningkatan Perekonomian Desa. Dengan usaha yang sudah terdaftar menjadi spirit tersendiri dalam melaksanakan pemasaran dan pengiklanan atas produk tersebut. Sehingga langkah yang penting dilakukan yaitu pembuatan akun marketplace bagi UMKM tersebut di Desa Jatisura. Pembuatan akun penjualan melalui media sosial dan marketplace online merupakan langkah awal dalam mempromosikan produk-produk UMKM khas Desa (Taryudi et al., 2021), Mengingat pertumbuhan penjualan secara online selalu meningkat dari tahun ke tahun.

UMKM di desa Jatisura, telah menghasilkan berbagai produk yang sudah dijual di Kabupaten Indramayu dan ke daerah-daerah yang lain. Produk-produk yang dihasilkan oleh

UMKM sebanyak 6 produk yang sudah di pasarkan. Keenam produk meliputi Kerupuk Mangga, Kopi Biji Mangga, Manisan Mangga, Jus Mangga, Kacang Daun Jeruk Dan Krupuk Kulit Sapi.

Penjualan yang dilakukan hanya sebatas konvensional. Bila dilakukan penelusuran pada website shopee dan lazada serta belum adanya penjualan yang dilakukan oleh UMKM Rolisa Food terhadap produk yang dihasilkan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



**Gambar 1. Produk UMKM di Desa Jatisura**

Gambar 1 di atas, memperlihatkan 3 sampel dari produk yang dihasilkan UMKM Rolisa Food, dimana ketiga produk yang dilakukan pencarian pada marketplace lazada dan shopee, tidak adanya produk yang dilakukan penjualan secara online. Dimana produk yang terdapat pada masing-masing marketplace hanyalah milik UMKM ditempat lain. Untuk itu, salah satu sasaran pokok dari peningkatan perekonomian desa ialah bagaimana produk yang dihasilkan dipasarkan ke seluruh kabupaten/kota di Indonesia. Langkah tersebut bisa terwujud apabila pelaku umkm sudah memiliki akun marketplace hingga memasukkan produk ke marketplace tersebut.

Berangkat dari permasalahan di atas, tim Abdimas perlu melakukan penguatan bagi UMKM dalam bentuk bentuk Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace Bagi Pelaku UMKM Dalam Mendukung Peningkatan Perekonomian Desa di Kabupaten Indramayu.

#### **METODE PELAKSANA**

##### **Waktu dan Tempat**

Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan pada bulan Juli Tahun 2022 sampai dengan bulan Desember Tahun 2022 di Desa Jatisura Kabupaten Indramayu.

## 1. Metode Pelaksanaan

### A. Proses *Field Trip*

*Field Trip* dalam Bahasa Indonesia Kunjungan lapangan tidak hanya berbentuk seminar, tetapi juga memungkinkan warga desa dan pengabdian untuk memiliki pandangan yang sama untuk kedepannya. Tim pengabdian akan melaksanakan kunjungan lapangan dalam beberapa sesi, antara lain:

#### 1. Survei Kebutuhan Desa Mitra

Tim pengabdian akan melakukan survei terhadap kebutuhan desa khususnya UMKM yang ada di desa Jatisura Kabupaten Indramayu

#### 2. Penentuan Prioritas Masalah

Melakukan identifikasi dan prioritas masalah, dengan melakukan wawancara terkait masalah yang dialami UMKM dalam rangka memperkuat data yang disampaikan oleh pemerintahan desa tersebut

#### 3. Pembentukan tim

Pembentukan tim yang abdimas tim hubung yang ada ada di desa tersebut. Tim yang ada sebagai narahubung antara pengabdian dengan UMKM dan masyarakat

#### 4. Bahan dan Alat Kegiatan

Bahan dan Alat kegiatan dalam pengabdian tersebut antara lain, produk UMKM, kamera, laptop, proyektor, telepon genggam, kursi, meja, microphone, alat tulis, handsanitizer, masker, jaringan internet, alamat email, dokumen-dokumen lain terkait dengan pembuatan akun marketplace

### B. Tahap Pelaksanaan

Tim pengabdian melakukan Pelatihan pendaftaran pembuatan akun marketplace kepada peserta. Jumlah peserta pelatihan antara 15-25 peserta. Sehingga dengan pelatihan tersebut peserta mampu membuat akun shopee, termasuk melakukan pengeditan foto atau video, cara penulisan nama atau keterangan terhadap produk yang akan dijual hingga mampu membuat iklan dan menambah saldo/penarikan uang pada marketplace.

### C. Tahap Pelaporan

#### 1. Pemantauan Akun Marketplace

2. Menyusun Laporan Akhir untuk dapat dievaluasi seluruh *stakeholder*/Mitra Pelaksana.

3. Memublikasi dalam bentuk jurnal terakreditasi Sinta.

4. Evaluasi untuk penentuan kebutuhan dan keberlanjutan program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace di Desa Jatisura

Pemasaran online menurut Kotler dapat dilakukan melalui menciptakan situs website, menempatkan iklan dan promosi secara online, mendirikan atau berpartisipasi dalam komunitas web, atau menggunakan email (Hakim, 2019). Pada saat ini, teknologi informasi khususnya internet mengalami peningkatan yang sangat pesat. Meningkatnya penggunaan internet di Indonesia berpengaruh terhadap perkembangan e-commerce yang ada di Indonesia, khususnya marketplace. Salah satu marketplace yang terbesar adalah Shopee (Rahmawati, 2021).

Internet bukan merupakan hal asing bagi masyarakat saat ini. Masyarakat memanfaatkan internet untuk berbagai hal di kehidupan sehari-hari seperti berkomunikasi, media social, menonton televisi, membaca berita, mendengarkan music dilayanan streaming, hingga berbelanja. Perkembangan internet di Indonesia pun meningkat dengan pesat, hal ini ditandai dengan adanya kenaikan signifikan penetrasi internet setiap tahunnya.

Meningkatnya penggunaan internet di Indonesia berpengaruh terhadap perkembangan e-commerce yang ada di Indonesia, khususnya marketplace. E-commerce adalah proses pembelian dan penjualan jasa dan barang-barang secara elektronik dengan transaksi bisnis terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lainnya.

Salah satu jenis usaha yang terdampak oleh munculnya e-commerce ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang disingkat UMKM. Keberadaan UMKM saat ini tidak bisa dipandang sebelah mata. Pertumbuhannya yang terus meningkat menjadi fokus utama pihak-pihak terkait agar usaha ini bisa terus dibina dan

dikembangkan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 menyebutkan bahwa yang dimaksud usaha mikro adalah jenis usaha yang memiliki kriteria yaitu aset maksimal 50 juta rupiah dan omsetmaksimal 500 juta rupiah. Adapun kriteria usaha kecil yaitu aset 50-500 juta rupiah dan omset 300 juta-2,5 milyar rupiah, sedangkan kriteria usaha menengah yaitu mempunyai aset 500 juta-10 milyar rupiah dan omset 2,5-50 milyar rupiah.

Dalam upaya membina dan mengembangkan UMKM di tengah kemunculan e-commerce ini, pemerintah, dibawah Kementerian Koperasi dan UKM bersama Kementerian Kominfo mencanangkan gerakan UMKM Go-Online di 30 Kota/Kabupaten di Indonesia untuk menjadikan Indonesia sebagai Digital Energy of Asia (Mahuda et al., 2021).

Pengembangan UMKM tidak cukup dilakukan oleh pemerintah dan pemerintah daerah saja, namun perlu dilakukan secara bersama atau melibatkan seluruh stakeholder termasuk masyarakat dan perguruan tinggi.



**Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace Oleh Tim Abdimas UPNVJ**

Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar di atas menunjukkan bahwa kegiatan penguatan UMKM dapat dilakukan oleh semua stakeholder. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta salah satu perguruan tinggi negeri di Indonesia yang mempunyai fungsi Tri Dharma ikut berperan dalam penguatan UMKM yang ada di desa Jatisura Kabupaten Indramayu.

Kegiatan tim pengabdian merupakan salah satu wujud dalam melaksanakan fungsi pengabdian perguruan tinggi. Tim Pengabdian menjelaskan kepada pelaku UMKM apa yang dimaksud marketplace, jenis-jenis marketplace, fungsi marketplace serta dasar hukum dari marketplace itu sendiri.



**Gambar 3. Penyampaian Materi oleh Tim Abdimas**  
Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar di atas menunjukkan bahwa tim abdimas menyampaikan materi seputar tentang marketplace. Dalam kesempatan pelatihan tersebut, tim dibantu oleh mahasiswa-mahasiswa dalam penyampaian materi kepada pelaku-pelaku UMKM.

Tim juga memperlihatkan beberapa contoh akun marketplace yang selalu digunakan oleh para UMKM dalam melakukan penjualan melalui marketplace. Tim abdimas memperlihatkan beberapa 3 contoh produk yang dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan di melalui Shopee.

Contoh yang disampaikan oleh tim abdimas yang disampaikan langsung oleh melalui mahasiswa fakultas hukum UPN Veteran Jakarta, dilihat secara antusias oleh pelaku-pelaku UMKM di Desa Jatisura.



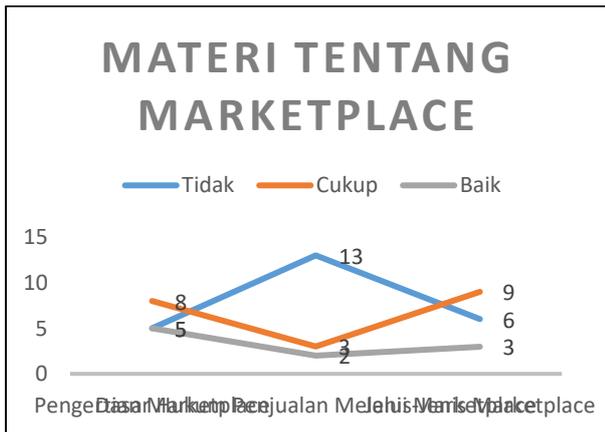
**Gambar 4. Penyampaian Materi dan Pendampingan oleh Tim Abdimas**

Sumber: Dokumen Pribadi

TIM melakukan Upaya membina dan membangun UMKM untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi yang menjadi lahan baru dalam melakukan proses jual beli secara elektronik.

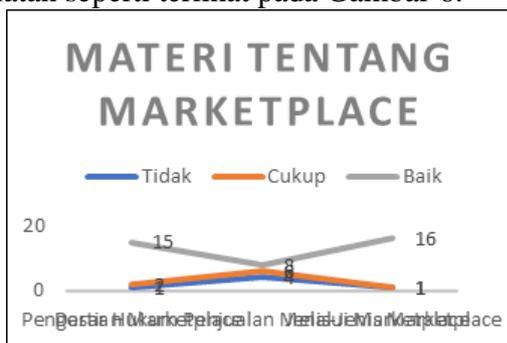
#### **B. Monitoring dan Evaluasi**

Monitoring dan evaluasi yang dilaksanakan dalam bentuk wawancara kepada seluruh peserta dengan hasil seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Monitoring dan Evaluasi Sebelum Kegiatan Berlangsung  
Sumber: Dokumen Pribadi

Setelah melihat chart di atas, tentu masih banyak peserta yang tidak paham tentang segala hal yang berhubungan dengan Marketplace. Saat mengolah data wawancara, dan hasil yang didapatkan seperti chart di atas, disini tim Penyuluhan menilai pentingnya kegiatan Penyuluhan bagi warga masyarakat khususnya terkait Marketplace. Bisa dilihat bahwa tingkat pemahaman peserta Penyuluhan pada saat sebelum kegiatan berlangsung dan pasca kegiatan seperti terlihat pada Gambar 6.



Gambar 1. Hasil Monitoring dan Evaluasi Setelah Kegiatan Berlangsung  
Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar di atas menunjukkan bahwa hasil monitoring dan evaluasi tentang Pengertian Marketplace, sebelum kegiatan berlangsung 5 orang menjawab tidak tahu, 5 orang menjawab cukup tahu dan 8 orang juga menjawab tahu. Setelah kegiatan berlangsung, masih ada 1 orang yang menjawab tidak tahu, 2 orang menjawab cukup tahu dan 15 orang menjawab tahu. Tentang dasar hukum penjualan melalui marketplace, sebelum kegiatan berlangsung 13 orang menjawab tidak tahu, 3 orang menjawab cukup tahu, dan 2 orang menjawab tahu. Setelah

kegiatan berlangsung, 4 orang menjawab tahu, 6 orang menjawab cukup tahu dan 8 orang menjawab tahu. Tentang jenis-jenis Marketplace, 6 orang menjawab tidak tahu, 9 orang menjawab cukup tahu dan 3 orang menjawab tahu. Setelah kegiatan berlangsung, 1 orang menjawab tidak tahu, 1 orang menjawab cukup tahu dan 16 orang menjawab tahu.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan terhadap pelaku UMKM di Desa Jatisura Kabupaten Indramayu, tim telah berhasil melakukan peningkatan pemahaman mengenai Pembuatan Akun Penjualan Marketplace yang dalam hal ini adalah Shopee, termasuk bagaimana melakukan pemasaran produk yang menarik, bagaimana membuat media e-commerce dengan mudah, dan bagaimana dalam meningkatkan penjualan pada Marketplace. Dalam pelaksanaan pemberian pemahaman tentang pemasaran di ecommerce. Diharapkan dapat menunjang kegiatan UMKM, serta kreasi produk yang dihasilkan oleh UMKM. Pentingnya peran e-commerce menjadikan semangat baru untuk meraup keuntungan lebih banyak dan bangkit dari keterpurukan sepiunya bisnis dikarenakan pandemi Covid-19. Bukan lagi dalam negeri, kini menjamurnya e-commerce sangat mungkin dalam mendukung pemasaran produk hingga ke berbagai penjuru. Kesempatan inilah yang harus dimanfaatkan dengan baik.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim Abdimas mengucapkan terimakasih kepada LPPM UPN Veteran Jakarta yang sudah memberikan kesempatan kepada tim untuk melakukan kegiatan pengabdian ini. Tim juga mengucapkan terimakasih kepada pemerintah desa dan pelaku UMKM di Desa Jatisura, atas kerjasamanya dalam buntut dukungan pemngabdian yang dilakukan oleh tim. Semoga UMKM di Desa Jatisura selalu berkembang dn maju dari waktu ke waktu,

**DAFTAR PUSTAKA**

Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada*

*Masyarakat*, 2(1), 74–91.

Mahuda, I., Kusuma, A. C., & Meilisa, R. (2021).

Know And Mentoring E-Commerce Market For Msmes In Lialang-Serang Village: Pengenalan Dan Pendampingan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Lialang-Serang. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 1(1), 50–59.

Rahmawati, K. (2021). Pelatihan Penjualan Online Menggunakan Marketplace Pada UKM Di Bantul. *Dharma LPPM*, 2(1).

Taryudi, A., Maulana, D., Hafifah, H., Kistia, J., Hanifah, N., & Hapsari, D. . (2021). Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya, Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 3(1), 27–35.

<https://journal.ipb.ac.id/index.php/pim/article/view/35346>

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.