

# Pelatihan Marketplace Dan E-Commerce pada UMKM di Desa Labuhan Tangga Kecil

Fitri Humairoh<sup>1</sup>, Adelima Ashari Dasopang<sup>2</sup>, Rahel Thalia Br. Sinambela<sup>3</sup>, Karina Deswita<sup>4</sup>, Icha Febrianty<sup>5</sup>, Dina Judika Sirait<sup>6</sup>, Sardion Daniel Philander Siburian<sup>7</sup>, Yulindra Balqhis<sup>8</sup>, Raditya Bagus Wira<sup>9</sup>, Niken Eka Angelina<sup>10</sup>, Alfredo Suranta<sup>11</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

<sup>6,7,8</sup>Fakultas Teknik, Universitas Riau

<sup>9,10,11</sup>Fakultas Hukum, Universitas Riau

\*e-mail: [fitri.humairoh@lecturer.unri.ac.id](mailto:fitri.humairoh@lecturer.unri.ac.id)

## Abstract

*This research discusses the Training on the Use of Marketplace and E-Commerce Applications by Real Work Lecture Students (KUKERTA) Universitas Riau to improve product marketing strategies of MSMEs in Labuhan Tangga Kecil Village in 2024. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are productive businesses owned by individuals or business entities that have met the criteria as micro businesses. MSMEs play a very important role in the development of a region in the economic sector. The existence of MSMEs makes an area grow and is increasingly recognized by other regions from marketed regional products. In an increasingly sophisticated era and advances in information and communication technology, it has increased opportunities for MSMEs to market their goods or services. Therefore, it is very important for MSMEs to know and use applications that can support their needs in marketing the goods or services offered through existing applications.*

**Keywords:** KKN, MSMEs, Marketplace, E-Commerce, Service

## Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Pelatihan Penggunaan Aplikasi Marketplace dan E-Commerce oleh Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (Kukerta) Universitas Riau untuk meningkatkan strategi pemasaran produk pada UMKM yang ada di Desa Labuhan Tangga Kecil pada tahun 2024. UMKM merupakan suatu usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM berperan sangat penting bagi perkembangan suatu daerah di bidang ekonomi. Adanya pelaku UMKM menjadikan suatu daerah semakin berkembang dan semakin dikenal daerah lain dari hasil daerah yang dipasarkan. Di zaman yang semakin canggih dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semakin menambah peluang bagi para UMKM untuk memasarkan barang ataupun jasa yang dimilikinya. Oleh karena itu, sangat penting para UMKM untuk mengetahui dan menggunakan aplikasi yang dapat menunjang kebutuhannya dalam memasarkan barang ataupun jasa yang ditawarkan melalui aplikasi yang ada.

**Kata kunci:** KKN, UMKM, Marketplace, E-Commerce, Pengabdian

## 1. PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki pengertian sebagai Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. UMKM yang ada di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi dari UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di negara ini.

Keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah sebagai wadah mewujudkan kesejahteraan bersama bagi seluruh masyarakat Indonesia, hal ini sejalan dengan nilai yang

terkandung dalam pasal 33 ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945 bahwa “Perekonomian Indonesia disusun secara usaha bersama dan berdasarkan atas asas kekeluargaan.” Hal ini dipertegas lagi dalam pasal 33 ayat 1 bahwa “Kemakmuran masyarakat yang diutamakan, bukan kemakmuran perorangan.” Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Tidak terkecuali di Desa Labuhan Tangga Kecil, Kecamatan Bangko, Kabupaten Rokan Hilir.

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Rokan Hilir melaksanakan pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah dalam meningkatkan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah sebagai pelaku utama yang berbasis kerakyatan dan dalam mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berdaya saing melalui peningkatan Sumber daya Manusia dan Sumber Daya Alam, perkuat Kelembagaan, struktur permodalan, pengembangan teknologi dan jaringan Usaha Kecil Menengah.

Adapun di Desa Labuhan Tangga Kecil, Kecamatan Bangko, Kabupaten Rokan Hilir masyarakat mulai mengembangkan UMKM itu sendiri yang banyak dimulai dari kalangan Ibu-ibu. UMKM itu dapat kita temukan di berbagai Dusun yang sangat bervariasi dimulai dari makanan maupun pakaian. Bahkan minat sebagai pelaku UMKM itu ditumbuhkan sejak dini dimana dapat dibuktikan dari ekstrakurikuler oleh SMAN 3 Bangko yang terletak di Desa Labuhan Tangga Kecil. Pihak sekolah mengambil kesempatan ini sebagai tempat untuk menumbuhkan rasa wirausaha ataupun pelaku UMKM, meningkatkan keterampilan siswa sekaligus profit bagi sekolah.

Sama dengan beberapa tantangan yang di hadapi oleh pelaku UMKM lainnya, kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang harus dilakukan dengan baik agar produk yang kita miliki sampai pada konsumen. Sebaik apapun produk yang kita miliki, apabila tidak ada kegiatan pemasaran yang baik maka produk tersebut akan sia-sia. Seiring dengan perkembangan zaman yang sangat canggih dan serba elektronik ini media pemasaran melalui internet tentu sangat lazim kita temukan, tentu masyarakat Desa Labuhan Tangga Kecil juga terkena arus globalisasi tersebut.

Pengguna aplikasi sosial media *Facebook* sangat mudah ditemukan di desa ini. Bahkan pengguna aplikasi tersebut berasal dari segala kalangan mulai dari anak-anak hingga orangtua. Dari banyak nya social media, *facebook* lah aplikasi yang paling digemari oleh masyarakat Desa Labuhan Tangga Kecil. Sehingga pelaku UMKM memilih menggunakan Facebook sebagai media promosi online mereka. Semakin canggihnya zaman, facebook juga memberikan peluang dan mempermudah pelaku UMKM melakukan kegiatannya dengan meluncurkan halaman “*marketplace*” dimana ini merupakan halaman khusus melakukan kegiatan usaha. Namun setelah ditemui ternyata belum banyak masyarakat yang mengetahui adanya halaman ini. Dimana halaman ini sangat mempermudah kegiatan usaha dengan berbagai fiturnya.

Selain itu, perkembangan globalisasi di bidang *E-commerce* juga tidak kalah cepat, seperti yang kita ketahui semakin kesini semakin banyak bermunculan aplikasi *E-commerce* yang mempermudah kegiatan jual beli dengan segala manfaat yang dapat kita rasakan baik sebagai konsumen maupun penjual atau pelaku UMKM. Perkembangan *E-commerce* memang sudah sampai dan tidak asing lagi di kalangan masyarakat Desa Labuhan Tangga Kecil, dan dapat kita temukan banyak masyarakat yang sudah menggunakan berbagai aplikasi *E-commerce* ini. Namun ternyata hanya sebatas sebagai konsumen saja, masyarakat belum mengetahui bahwa ternyata pelaku UMKM desa dapat menggunakan aplikasi-aplikasi ini sebagai salah satu media kegiatan usaha mereka.

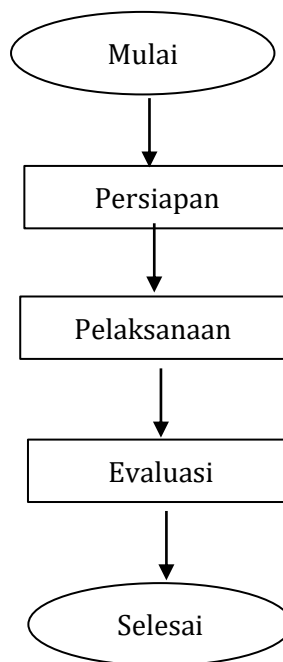
Berdasarkan fenomena tersebut, Mahasiswa KUKERTA UNRI mengadakan kegiatan “Pelatihan Aplikasi *E-commerce* dan Marketplace untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM” yang ditargetkan untuk Pelaku UMKM di desa Labuhan Tangga Kecil. Kegiatan ini dilakukan di Kantor Kepenghuluan Labuhan Tangga Kecil yang diikuti oleh 15 pelaku UMKM

yang berada di desa Labuhan Tangga Kecil. Kegiatan ini memiliki beberapa sesi yang mencakup pemaparan materi, pelatihan ataupun praktik dan sesi tanya jawab baik dibagian Marketplace dan juga aplikasi *E-commerce*.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul "Pelatihan marketplace dan e-commerce pada UMKM di desa labuhan tangga kecil untuk meningkatkan pendapatan sebagai daya saing masyarakat di era digital" ini akan dilaksanakan di Kantor Kepenghuluan Desa Labuhan Tangga Kecil, Kecamatan Bangko, Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau .

Metode pelaksanaan yang akan kami gunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dijelaskan pada Gambar 1.



Pada Gambar 1 dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Tahap Persiapan

Menentukan judul dan tema dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tema marketplace dan e-commerce diambil Mahasiswa KUKERTA karena mengikuti tema KUKERTA dan trend yang ada serta dinilai mampu meningkatkan strategi pemasaran masyarakat terutama para UMKM Desa Labuhan Tangga Keci untuk mengatasi permasalahan yang ada. Pada tahap persiapan kegiatan yang dilakukam yaitu menentukan waktu dan tempat kegiatan kemudiann dilanjutkan dengan penyusunan materi.

b. Tahap Pelaksanaan

Pemaparan materi seputar Marketplace dan E-Commerce berupa prensentasi melalui powerpoint. Praktek membuat akun facebook dan shopee kemudian melakukan praktek pendaftaran dan cara jualan pada aplikasi facebook dan shopee. Sesi terakhir yaitu sesi tanya jawab terkait permasalahan atau kendala yang dihadapi oleh peserta selama proses sosialisasi dan pelatihan berlangsung.

c. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi dari tahapan a kegiatan sampai kegiatan tersebut berakhir. Tujuannya adalah untuk mengetahui kekurangan yang sudah dilakukan agar kegiatan kedepannya bisa lebih baik lagi. Dan juga akan dilakukan pemantauan terhadap peserta terkait kendala atau permasalahan serta pertanyaan-pertanyaan kedepannya mengenai transaksi penjualan melalui aplikasi Facebook maupun Shopee.

d. Pembuatan Laporan Akhir dan luaran

Tahap ini adalah tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pada tahapan ini akan dibuat laporan akhir dari kegiatan yang sudah dilaksanakan serta membuat luaran yaitu jurnal kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM mempunyai peran yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat serta berperan dalam pembangunan ekonomi nasional (Adnan, Husada Putra, 2016). UMKM dapat menyerap tenaga kerja bagi masyarakat dan mampu mengurangi pengangguran. Dengan adanya pemberdayaan masyarakat diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan mensejahterakan rakyat. Permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM khususnya di Desa Labuhan Tangga Kecil adalah berkaitan dengan masalah pemasaran produk. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi internet untuk memasarkan produk pada UMKM. Sehingga produk UMKM yang terdapat di desa ini hanya dapat dijangkau oleh warga sekitar Desa Labuhan Tangga Kecil saja.

Dengan diketahui permasalahan tersebut, maka Mahasiswa KUKERTA UNRI mengadakan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Marketplace dan E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran produk pada UMKM. Marketplace dan E-Commerce merupakan platform kekinian yang digunakan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran yang global dan memungkinkan bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas serta berpotensi menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Karakteristik utama Marketplace dan E-Commerce adalah bahwa penjual dan pembeli dapat berinteraksi melalui situs internet, menggantikan toko atau kantor konvensional. Situs-situs ini dapat dimiliki atau dikelola oleh penjual, pembeli, atau pihak ketiga, dan menjadi wadah bagi interaksi semua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli. Sehingga sasaran dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan strategi pemasaran produk pada UMKM di Desa Labuhan Tangga Kecil dalam menghadapi era digital yang berbasis teknologi internet. Dengan pengetahuan marketplace dan e-commerce yang baik diharapkan akan meningkatkan kegiatan ekonomi ditingkat masyarakat.

Kegiatan pelatihan ini dilakukan di Kantor Kepenghuluan Labuhan Tangga Kecil yang dihadiri oleh Sekretaris Desa dan para UMKM. Pelatihan diawali dengan memaparkan materi mengenai aplikasi marketplace dan aplikasi e-commerce. Setelah pemaparan materi langsung dilakukan praktek terkait tata cara melakukan pemasaran di marketplace dan e-commerce, yang mana pada marketplace berfokus pada aplikasi facebook dan pada e-commerce berfokus pada aplikasi shopee. Dalam pelatihan ini para UMKM sangat antusias mendengarkan materi yang disampaikan oleh presentator. Dan diakhiri dengan sesi tanya jawab yang aktif ditanya oleh peserta serta di jawab oleh mahasiswa UNRI sehingga memberikan pencerahan dan menambah pemahaman para UMKM terkait tata cara penggunaan aplikasi marketplace dan e-commerce.



(a) Pemaparan materi



(b) Foto bersama para UMKM

#### 4. KESIMPULAN

Manfaat diadakannya pelatihan ini yaitu agar para UMKM dapat memasarkan produk UMKM nya ke marketplace dan e-commerce. Sehingga melalui pelatihan para UMKM dapat memanfaatkan teknologi internet untuk meningkatkan pemasaran produk yang lebih luas dan produknya dapat dijangkau oleh kelayak ramai sehingga hal ini dapat meningkatkan pendapatan para UMKM serta dapat memperbaiki perekonomian para UMKM di Desa Labuhan Tangga Kecil.

Adapun kesimpulan yang didapat dari kegiatan pelatihan yang dilakukan Mahasiswa KUKERTA Desa Labuhan Tangga Kecil ini adalah 1) Pentingnya dilakukan pelatihan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Marketplace dan E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran produk pada UMKM, 2) Dengan dilakukannya pelatihan ini diharapkan para UMKM di Desa Labuhan Tangga Kecil lebih memahami penggunaan aplikasi yang semakin canggih dan menggunakannya untuk memasarkan barang yang ditawarkannya pada jangkauan pasar yang lebih luas melalui aplikasi Marketplace dan E-commerce.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami Mahasiswa KUKERTA Desa Labuhan Tangga Kecil 2024 mengucapkan terima kasih kepada perangkat Desa Labuhan Tangga Kecil yang telah menyediakan serta memfasilitasi kegiatan pelatihan yang kami lakukan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada para UMKM yang ada di Desa Labuhan Tangga Kecil yang telah membantu dan turut serta dalam kegiatan pelatihan yang kami laksanakan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, H. P. (2016). Peran UMKM Dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa biologi*
- Ardhana, V. Y. P., & Mulyodiputro, M. D. (2023). Pelatihan E-Commerce dan Marketplace Bagi Masyarakat Muda Desa Dasan Baru Kediri. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(1), 1-6. <https://doi.org/10.57119/abdimas.v2i1.19>
- Publikasi, A. J., Yunial, A. H., Suwarno, J., & Sari, W. P. (2023). *Pelatihan Ecommerce Pada Industri Rumah Tangga Di Desa Dangdang Untuk Meningkatkan Pendapatan Sebagai Daya Saing Masyarakat Di Era Digital*. 1(3), 384-388. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/index384>
- Tambunan, C. R. (2023, Juni 27). Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia. Diakses dari <https://djpb.kemenkeu.go.id>
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1-08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Electronic Commerce ( E- Commerce ) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntansi STEI*, 05(01), hal.19.