

**PEMANFAATAN *PLATFORM DIGITAL* HASIL UMKM DESA BANGKALAN
KECAMATAN BULUBULULAWANG KABUPATEN MALANG**

**Andik Priyanto, Yuridu Maulana Budi, Siti Aminah, Nuke Septa Rahmalia,
Nabila Umairoh Mufidah**

STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang

Email : andik_priyanto@stiekn.ac.id

Info Artikel	Abstrak
<p>Article History: Received: 10 Mei 2025 Revised: 15 Mei 2025 Accepted: 20 Mei 2025</p>	<p><i>Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal, khususnya dalam memberikan lapangan pekerjaan dan mendukung pertumbuhan ekonomi di daerah. Desa Bangkalan, Kecamatan Bulubululawang, Kabupaten Malang, adalah salah satu desa yang memiliki berbagai produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan potensi pasar yang besar. Namun, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di desa ini yang belum memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka. Melalui pengabdian ini, tim pengabdian masyarakat berfokus pada pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang ada di Desa Bangkalan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital, sehingga produk mereka dapat lebih mudah dijangkau oleh konsumen di luar wilayah desa. Program ini melibatkan pelatihan, pendampingan, dan pengenalan berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk memasarkan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah secara lebih efektif.</i></p>
<p>Kata Kunci : Usaha Mikro Kecil dan Menengah), Platform Digital</p>	

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. Sebagai sektor yang mendominasi perekonomian negara, UMKM tidak hanya berperan penting dalam memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga berfungsi sebagai penyedia lapangan pekerjaan yang cukup besar, baik di perkotaan maupun pedesaan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa lebih dari 99% unit usaha di Indonesia berasal dari UMKM, yang menyerap sebagian besar tenaga kerja di Indonesia. Keberadaan UMKM juga dapat dilihat dari kemampuannya dalam memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berwirausaha, meningkatkan keterampilan, serta menciptakan kesejahteraan. Selain itu, sektor UMKM juga berfungsi sebagai penopang ekonomi dalam menghadapi krisis ekonomi global, karena sektor ini lebih tahan terhadap guncangan eksternal dibandingkan dengan perusahaan besar. Oleh karena itu,

pemerintah terus berupaya untuk mendukung perkembangan sektor UMKM agar dapat terus berkontribusi pada ekonomi nasional.

Desa Bangkalan yang terletak di Kecamatan Bulubululawang, Kabupaten Malang, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam sektor UMKM. Masyarakat di desa ini mayoritas mengandalkan sektor pertanian dan industri rumahan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Berbagai produk UMKM seperti makanan olahan, kerajinan tangan, dan produk-produk hasil pertanian dapat ditemukan di desa ini. Selain itu, adanya berbagai usaha mikro yang berpotensi berkembang menjadikan desa Bangkalan sebagai salah satu desa dengan potensi ekonomi yang menjanjikan. Namun, meskipun memiliki potensi besar, para pelaku UMKM di Desa Bangkalan masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan usaha mereka. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi adalah keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas. Mayoritas pelaku UMKM di desa ini masih mengandalkan pasar lokal sebagai sarana pemasaran, yang tentu saja membatasi peluang mereka untuk berkembang lebih jauh. Tanpa adanya akses ke pasar yang lebih luas, potensi produk-produk lokal yang dimiliki oleh UMKM desa ini menjadi terbatas hanya pada konsumen yang berada di sekitar desa tersebut.

Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Bangkalan masih mengandalkan pemasaran secara tradisional. Pemasaran konvensional seperti menjual produk secara langsung di pasar desa atau melalui mulut ke mulut menjadi metode utama yang digunakan oleh sebagian besar pelaku usaha. Meskipun cara ini sudah terbukti efektif dalam konteks pasar lokal, namun metode ini memiliki banyak keterbatasan, di antaranya adalah jangkauan pasar yang terbatas, waktu yang dibutuhkan untuk memasarkan produk, serta rendahnya visibilitas produk di pasar yang lebih luas. Selain itu, pemasaran tradisional juga cenderung memerlukan modal yang lebih besar untuk transportasi dan distribusi produk. Kondisi ini menimbulkan tantangan bagi UMKM untuk meningkatkan skala usaha mereka, karena mereka tidak dapat mengakses konsumen di luar wilayah desa tanpa upaya pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Inilah sebabnya mengapa para pelaku UMKM di Desa Bangkalan membutuhkan solusi pemasaran yang lebih modern dan terjangkau untuk memperluas jangkauan produk mereka dan bersaing di pasar yang lebih besar.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam cara bisnis dijalankan di seluruh dunia. Salah satu dampak besar dari revolusi digital ini adalah munculnya berbagai platform digital yang memungkinkan para pelaku usaha, terutama UMKM, untuk memperkenalkan produk mereka secara lebih luas kepada konsumen. Platform seperti marketplace (Tokopedia, Bukalapak, Shopee) dan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp) memberikan peluang yang lebih luas bagi UMKM untuk menjangkau konsumen di luar daerah mereka. Marketplace, misalnya, memungkinkan produk UMKM untuk dipasarkan secara nasional bahkan internasional tanpa membutuhkan biaya operasional yang tinggi. Sementara itu, media sosial memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan membangun brand awareness melalui konten yang

menarik. Platform digital ini tidak hanya memberikan kemudahan dalam pemasaran, tetapi juga membantu UMKM untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, melalui fitur analitik dan manajemen inventaris yang disediakan oleh platform tersebut.

Namun, meskipun peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital sangat besar, banyak pelaku UMKM di Desa Bangkalan yang belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Beberapa di antaranya masih ragu atau belum tahu bagaimana cara mengoptimalkan penggunaan platform digital tersebut. Mereka mungkin merasa bahwa penggunaan teknologi ini membutuhkan keterampilan teknis yang tinggi atau mereka belum memahami manfaatnya secara keseluruhan. Selain itu, ada juga masalah akses terhadap internet yang mungkin masih terbatas di beberapa bagian desa. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada para pelaku UMKM di desa ini agar mereka bisa memahami dan memanfaatkan platform digital secara maksimal. Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM dapat belajar cara membuat akun di marketplace, mengelola toko online mereka, memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, dan mengelola transaksi serta pengiriman produk dengan lebih efisien.

Melihat potensi besar yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Bangkalan, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pembekalan teknis dan non-teknis mengenai cara memanfaatkan platform digital secara efektif untuk meningkatkan pemasaran dan daya saing produk mereka. Program ini akan berfokus pada peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, dengan memberikan pelatihan praktis tentang bagaimana memanfaatkan marketplace dan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan dan menjual produk mereka. Selain itu, program ini juga akan membantu mereka memahami pentingnya branding dan strategi pemasaran digital, serta memberikan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang didapatkan dalam kegiatan usaha mereka.

Pemerintah daerah Malang bekerja sama dengan STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang berkomitmen untuk mengatasi permasalahan dalam bidang ekonomi. Dalam kegiatan kerjasama ini STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang dipercaya sebagai fasilitator melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM agar lebih meningkatkan produksinya dan masyarakat produktif agar terdorong dan termotivasi untuk menjadi enterpreuner sehingga akan menciptakan lapangan pekerjaan. Adapun dalam memberdayakan masyarakat desa melalui kegiatan pengabdian seperti penyuluhan, pelatihan dan pendampingan. Salah satu bentuk kerja sama antara Pemerintah daerah Kabupaten Malang dan STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang adalah memberdayakan masyarakat desa. Adapun desa yang akan menjadi sasaran dalam kegiatan Pengabdian ini adalah desa Bangkalan.

Kondisi perekonomian desa Bangkalan ditopang oleh aktivitas pasar dan letaknya yang jauh dari perkotaan dinilai kurang strategis dalam melakukan pemasaran produk. Pelaku UMKM yang ada di desa Bangkalan dalam menjalankan bisnisnya masih menggunakan cara yang tradisional. Dan kurangnya respon dari

generasi muda untuk berwirausaha dalam mengembangkan potensi desa. Berdasarkan data dari desa, bahwa desa Bangkalan mempunyai potensi dalam bidang makanan yang dapat dikembangkan menjadi produk unggulan desa Bangkalan. Namun, untuk mengembangkan produk tersebut pelaku UMKM harus merubah konsep bisnis dari tradisional menjadi modern. Sehingga produk yang dihasilkan akan mempunyai kemasan yang baik dan kualitas yang baik dan dapat bersaing di wilayah Malang maupun diluar Malang. Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan program pengabdian kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan tri darma perguruan tinggi yang harus melaksanakan pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, hal ini sesuai dengan visi STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang, menjadi universitas unggul yang memiliki komitmen tinggi terhadap pemberdayaan masyarakat pada tahun 2023.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang sudah diidentifikasi dan dirumuskan di atas, maka metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan dalam pengabdian ini menggunakan metode Pelatihan, dan Pendampingan.

1. Pelatihan merupakan proses belajar mengajar dengan menggunakan teknik dan metode tertentu secara konseptual dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan seseorang atau sekelompok orang (Siagian dalam Lubis, 2008). Adapun teknik yang digunakan dalam metode pelatihan ini yaitu:
 - a. Teknik presentasi informasi yang meliputi ceramah dan diskusi
 - b. Metode simulasi yang meliputi studi kasus,
2. Pendampingan dilakukan dengan pendekatan individual dan klasikal. Pendekatan klasikal yang dilakukan yaitu pendampingan penggunaan internet dan media social, pembuatan akun *Platform Digital*., upload produk, dan penentuan harga produk sesuai dengan kurir yang telah ditentukan. Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan adalah pemberdayaan UMKM dan pendampingan dalam pemanfaatan media internet bidang e *Platform Digital*. dalam meningkatkan jangkauan pemasaran produk sebagai berikut:
 - a. Ceramah mengenai internet dan peluang bisnis di internet.
 - b. Pelatihan mengenai pembuatan akun *Platform Digital*.
 - c. Pelatihan tentang penentuan harga pokok berdasarkan kurir yang disediakan.
 - d. Ceramah tentang manajemen bisnis dan strategi pemasaran sesuai dengan kebutuhan pasar.
 - e. Evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Bangkalan, Kecamatan Bulubululawang, Kabupaten Malang, menunjukkan hasil yang sangat positif dan memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan pelaku UMKM di desa tersebut. Kegiatan yang dilaksanakan melibatkan serangkaian pelatihan dan pendampingan yang bertujuan untuk

meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai alat pemasaran dan pengelolaan bisnis. Adapun hasil yang diperoleh selama pelatihan dan pendampingan adalah sebagai berikut:

Peningkatan Pengetahuan Digital

Salah satu hasil yang paling signifikan dan dapat dilihat secara langsung dari kegiatan pengabdian ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Sebelum kegiatan ini, banyak pelaku UMKM di Desa Bangkalan yang belum sepenuhnya familiar dengan cara kerja marketplace atau media sosial sebagai alat pemasaran produk mereka. Mayoritas pelaku UMKM mengandalkan metode pemasaran yang lebih tradisional dan terbatas, seperti penjualan langsung di pasar lokal atau melalui hubungan personal dengan pelanggan, yang tentunya membatasi potensi pasar yang dapat dijangkau.

Namun, setelah mengikuti serangkaian kegiatan pelatihan yang intensif dan terstruktur, para peserta mulai menyadari betapa pentingnya pemanfaatan platform digital dalam memperluas pasar mereka. Pelatihan mengenai platform digital, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan media sosial seperti Instagram serta Facebook, telah membuka wawasan baru bagi peserta tentang cara memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas dan beragam. Salah satu materi yang diperkenalkan dalam pelatihan adalah strategi pengelolaan toko online, yang mencakup langkah-langkah untuk membuat akun di marketplace, mengupload produk, dan mengelola informasi produk secara efisien.

Pada awal kegiatan, tim pengabdian melakukan sosialisasi dan pengenalan tentang marketplace dan media sosial, dengan memberikan penjelasan dasar mengenai bagaimana marketplace bekerja dan manfaatnya untuk memperluas pasar. Setelah peserta memahami pentingnya platform digital, mereka kemudian dilatih untuk membuat akun di berbagai marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Sebagai contoh, beberapa peserta berhasil mengunduh aplikasi marketplace, membuat akun, dan langsung meng-upload produk mereka. Salah satu peserta, Ibu Siti, yang memproduksi kerajinan tangan dari bahan kayu, sebelumnya hanya memasarkan produknya melalui mulut ke mulut dan di pasar lokal. Setelah mengikuti pelatihan, ia berhasil membuka toko online di Tokopedia dan mulai menjual produknya secara lebih luas. Tak lama setelah itu, ia menerima pesanan dari konsumen di luar Kabupaten Malang, yang sebelumnya tidak dapat dijangkau.

Dalam pelatihan ini, peserta juga diberikan materi mengenai penggunaan SEO (Search Engine Optimization), yang sangat penting dalam meningkatkan visibilitas produk di marketplace. Para peserta diajarkan cara memilih kata kunci yang tepat untuk produk mereka agar mudah ditemukan oleh calon konsumen yang mencari produk serupa di platform marketplace. Sebagai contoh, peserta yang menjual produk makanan olahan, seperti keripik tempe, diberi pemahaman tentang pentingnya menggunakan kata kunci seperti “keripik tempe Malang” atau “oleh-oleh khas Malang” agar produk mereka lebih mudah ditemukan oleh konsumen yang mencari produk khas daerah tersebut.

Lebih lanjut, peserta juga diajarkan cara untuk mempercantik tampilan produk mereka di platform digital. Foto produk yang menarik merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, salah satu materi yang diajarkan adalah cara mengambil foto produk yang menarik dan profesional, bahkan dengan alat yang sederhana seperti kamera ponsel. Para peserta diberi contoh bagaimana foto produk dengan pencahayaan yang baik, latar belakang yang bersih, dan angle yang tepat dapat membuat produk mereka lebih menarik di mata calon pembeli. Para peserta juga diberi pelatihan untuk menggunakan aplikasi pengeditan foto yang mudah digunakan untuk memperbaiki kualitas foto produk mereka.

Sebagai contoh kegiatan langsung, peserta yang memproduksi kerajinan tangan dan produk makanan olahan didorong untuk melakukan pemotretan produk mereka menggunakan teknik yang telah diajarkan. Mereka kemudian diminta untuk meng-upload foto produk tersebut ke marketplace dan membandingkannya dengan foto produk yang sebelumnya mereka gunakan. Hasilnya, peserta melaporkan peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung toko dan interaksi yang diterima setelah menggunakan foto produk yang lebih menarik. Beberapa peserta juga berhasil menambah followers di akun Instagram mereka, yang sebelumnya hanya memiliki sedikit pengikut.

Selain itu, penting bagi pelaku UMKM untuk memahami brand positioning dan branding dalam dunia digital. Sebagai bagian dari pelatihan, peserta diajarkan bagaimana menentukan identitas merek, mengembangkan cerita di balik produk mereka, serta cara menggunakan deskripsi produk yang menarik di platform marketplace dan media sosial. Misalnya, dalam menjual produk makanan olahan, peserta diberi pelatihan untuk menonjolkan keunikan produk mereka, seperti penggunaan bahan baku lokal atau resep tradisional, yang bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang mencari produk dengan nilai lebih. Hal ini terbukti efektif untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Beberapa pelaku UMKM juga memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan kampanye pemasaran yang melibatkan konsumen, seperti membuat giveaways, diskon spesial, atau bahkan konten interaktif seperti kuis atau polling di Instagram. Misalnya, salah satu pelaku UMKM yang menjual pernak-pernik kerajinan tangan mulai mengadakan giveaway kecil-kecilan di Instagram, di mana audiens yang mengikuti akun mereka, menandai teman, dan berbagi produk mereka, berkesempatan mendapatkan produk gratis. Dengan cara ini, mereka bisa mendapatkan lebih banyak perhatian, meningkatkan engagement dengan pengikut, serta menarik pelanggan baru.

Secara keseluruhan, peningkatan pengetahuan digital yang diperoleh peserta memberikan dampak yang sangat positif terhadap kemampuan mereka untuk memasarkan produk secara lebih luas. Para pelaku UMKM kini memiliki keterampilan untuk menggunakan marketplace dan media sosial dengan lebih efektif, serta memahami cara membuat brand mereka lebih dikenal di pasar yang lebih luas. Peningkatan pengetahuan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal dan bahkan nasional.

Pelatihan ini juga membawa dampak positif bagi kepercayaan diri para

pelaku UMKM dalam menjalankan usaha mereka, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Sebelum pelatihan, banyak dari mereka yang merasa ragu untuk memasarkan produk mereka secara online, tetapi setelah memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan, mereka kini merasa lebih siap untuk mengelola bisnis mereka secara digital dan meningkatkan pendapatan mereka.

Pemanfaatan Marketplace

Setelah mengikuti pelatihan, banyak peserta yang langsung mengaplikasikan pengetahuan yang mereka peroleh dengan membuat akun di berbagai platform marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Sebagian besar dari mereka berhasil meng-upload produk mereka dengan deskripsi yang lebih jelas dan gambar yang lebih menarik dibandingkan dengan foto produk yang sebelumnya hanya diambil dengan kamera ponsel tanpa teknik yang tepat. Mereka juga belajar cara membuat judul produk yang menarik dan sesuai dengan pencarian yang sering dilakukan oleh konsumen. Proses pendaftaran dan pembuatan akun di platform tersebut ternyata cukup mudah dan cepat, meskipun beberapa peserta merasa ragu-ragu di awal, tetapi dengan bimbingan langsung dari tim pengabdian, mereka bisa melakukannya dengan lancar. Sejak mengaktifkan akun mereka di marketplace, peserta mulai merasakan manfaatnya, yaitu akses ke pasar yang lebih luas yang sebelumnya tidak dapat dijangkau melalui metode pemasaran tradisional.

Sebagai contoh, Pak Ahmad, seorang pelaku UMKM yang memproduksi kerajinan tangan dari bahan kayu, sebelumnya hanya memasarkan produknya di pasar lokal dengan cara bertemu langsung dengan pembeli atau melalui jaringan keluarga. Setelah mengikuti pelatihan dan mempelajari cara menggunakan marketplace, ia berhasil membuat akun di Tokopedia dan meng-upload produk kerajinan kayunya. Beberapa minggu setelahnya, ia mulai menerima pesanan dari luar Kabupaten Malang, bahkan dari luar pulau Jawa. Ini adalah pencapaian yang sangat signifikan karena membuka peluang bagi Pak Ahmad untuk memperluas pasarnya dan meningkatkan penjualannya tanpa harus bergantung hanya pada pasar lokal. Peserta lain yang memproduksi makanan olahan juga melaporkan hal serupa, di mana mereka mulai menerima pesanan dari luar daerah, termasuk dari konsumen yang sebelumnya tidak pernah mereka jangkau. Ini menandakan bahwa dengan menggunakan platform marketplace, mereka dapat menjangkau lebih banyak konsumen, baik di dalam maupun luar daerah.

Para peserta mengungkapkan bahwa keberhasilan pertama dalam melakukan transaksi online memberi mereka rasa percaya diri yang lebih besar dalam mengelola usaha mereka. Hal ini tidak hanya memperbesar potensi penjualan mereka, tetapi juga membuka pandangan baru tentang bagaimana teknologi digital dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin berkembang. Mereka merasa optimis karena mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang sudah lebih dulu memanfaatkan platform digital dalam menjalankan usaha mereka.

Namun, meskipun hasilnya sangat menggembirakan, tantangan yang

dihadapi oleh sebagian peserta adalah dalam hal pengelolaan stok produk dan pengaturan pengiriman secara online. Sebagian besar peserta, terutama yang baru pertama kali menggunakan platform digital untuk pemasaran, merasa kesulitan dalam mengelola inventaris produk mereka secara efisien. Mereka mengaku sering kali kebingungan ketika menerima banyak pesanan sekaligus dan tidak dapat memenuhi permintaan produk dengan tepat waktu karena keterbatasan dalam stok barang. Sistem pengelolaan inventaris berbasis digital yang diajarkan dalam pelatihan ternyata cukup membantu, tetapi ada beberapa peserta yang merasa masih perlu lebih banyak waktu untuk terbiasa dengan cara pengelolaan inventaris yang lebih terstruktur.

Selain itu, beberapa peserta mengalami kesulitan dalam mengelola pengiriman produk. Meskipun mereka sudah menerima banyak pesanan, mereka belum terbiasa dengan prosedur pengiriman yang lebih terorganisir dan memerlukan pemahaman tentang pilihan jasa kurir yang tepat. Misalnya, pengiriman barang yang tepat waktu dan dalam kondisi baik adalah hal yang sangat penting, terutama untuk produk makanan yang harus sampai dalam kondisi segar. Beberapa peserta juga mengalami kebingungan dalam menentukan ongkos kirim yang sesuai dan memilih jasa pengiriman yang dapat menjangkau seluruh wilayah dengan harga yang terjangkau.

Untuk mengatasi masalah ini, tim pengabdian memberikan pendampingan lebih lanjut mengenai cara mengelola inventaris produk secara efisien, menggunakan tools pengelolaan stok yang disediakan oleh masing-masing marketplace. Mereka juga diberi pelatihan mengenai cara memilih jasa pengiriman yang tepat berdasarkan jenis produk dan lokasi pengiriman. Tim pengabdian mengajarkan mereka untuk menggunakan fitur-fitur di platform marketplace yang memungkinkan mereka untuk memantau stok barang secara real-time dan memproses pesanan secara lebih terstruktur. Beberapa peserta yang sebelumnya merasa kesulitan dalam pengelolaan stok dan pengiriman mulai terbantu dengan tips dan panduan yang diberikan oleh tim, seperti cara membuat jadwal pengiriman, memeriksa ketersediaan stok, dan mengatur logistik pengiriman dengan lebih efisien.

Selain itu, tim pengabdian juga memberikan tips pengelolaan keuangan yang berkaitan dengan biaya pengiriman dan pengelolaan ongkos kirim agar dapat lebih transparan dan terukur. Peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana cara mengoptimalkan biaya pengiriman agar tidak merugikan usaha mereka, serta cara memanfaatkan berbagai fitur pengelolaan pesanan yang ada di marketplace untuk meminimalisir kesalahan dalam pengiriman dan pembayaran. Beberapa peserta yang sebelumnya merasa cemas mengenai pengiriman dan pengelolaan stok kini merasa lebih percaya diri dan lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam menjalankan bisnis online mereka.

Secara keseluruhan, pemanfaatan marketplace dalam kegiatan pengabdian ini menunjukkan keberhasilan yang sangat signifikan. Meskipun masih ada tantangan dalam hal pengelolaan stok dan pengiriman produk, para peserta kini memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai cara menggunakan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Keberhasilan pertama dalam

melakukan penjualan melalui marketplace memberikan dorongan semangat bagi mereka untuk terus mengembangkan usaha mereka secara online dan meningkatkan kualitas pelayanan serta pengelolaan usaha. Pendampingan berkelanjutan yang diberikan oleh tim pengabdian juga menjadi salah satu faktor yang membantu mereka mengatasi tantangan yang dihadapi, sehingga mereka dapat lebih percaya diri dalam mengelola stok dan pengiriman produk di masa mendatang.

Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial

Salah satu keberhasilan lain yang dapat dicatat dari kegiatan pengabdian ini adalah peningkatan penggunaan media sosial oleh pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka. Sebelum kegiatan pelatihan ini, banyak peserta yang mengandalkan metode pemasaran yang sangat konvensional, seperti berjualan di pasar tradisional atau memanfaatkan mulut ke mulut. Mereka belum menyadari potensi besar yang dimiliki oleh platform Instagram dan Facebook sebagai alat pemasaran yang sangat efektif. Meskipun beberapa dari mereka sudah familiar dengan platform tersebut secara pribadi, tidak banyak yang tahu bagaimana cara memanfaatkannya untuk keperluan bisnis secara optimal.

Setelah mengikuti pelatihan, peserta diberi pemahaman yang lebih mendalam tentang cara membuat akun media sosial yang profesional dan bagaimana mengoptimalkan media sosial untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka. Salah satu bagian dari pelatihan ini mencakup pembuatan profil bisnis yang baik, termasuk penggunaan foto profil yang menarik, deskripsi bisnis yang jelas, serta bagaimana cara menampilkan informasi produk dengan cara yang lebih menarik. Dengan pengenalan ini, para peserta kini dapat melihat potensi media sosial sebagai platform pemasaran yang sangat luas dan mampu menjangkau pasar yang lebih besar, bahkan di luar area lokal mereka.

Selain itu, peserta juga diajarkan cara memposting foto produk yang lebih menarik dan profesional. Teknik pengambilan foto yang diajarkan mencakup pencahayaan yang baik, pemilihan angle yang tepat, serta pentingnya tampilan visual produk yang rapi dan jelas. Sebagai contoh, Ibu Ani, salah satu peserta yang menjual produk keripik tempe rumahan, sebelumnya hanya menggunakan foto produk seadanya, yang hanya diambil dengan kamera ponsel dan terlihat kurang menarik. Setelah mengikuti pelatihan, Ibu Ani mulai memotret produknya dengan teknik yang benar dan menggunakan background yang bersih dan penataan produk yang lebih menarik. Hasilnya, foto produk yang lebih profesional ini mampu menarik lebih banyak perhatian di platform Instagram.

Selain itu, peserta juga belajar untuk menulis caption yang lebih menarik dan dapat menarik perhatian konsumen. Caption yang informatif dan persuasif terbukti sangat membantu dalam meningkatkan engagement dengan audiens. Sebagai contoh, peserta diberi pengetahuan mengenai cara mengaitkan cerita atau nilai-nilai yang ada di balik produk mereka dalam setiap caption. Sebagai contoh, Pak Budi, yang menjual produk kerajinan dari anyaman bambu, mulai menambahkan cerita di balik pembuatan kerajinan bambu yang ramah lingkungan dan mengangkat nilai lokal pada setiap captionnya, yang membuat audiens merasa

lebih terhubung dengan produk yang dijual. Ini memberi mereka identitas yang lebih kuat dan memperkenalkan nilai lebih yang membuat produk mereka menonjol di pasar.

Salah satu teknik yang sangat diapresiasi oleh peserta adalah penggunaan hashtag yang relevan di media sosial. Peserta belajar untuk memilih hashtag yang sesuai dengan produk mereka, baik yang spesifik maupun yang lebih luas, agar produk mereka dapat lebih mudah ditemukan oleh audiens yang tertarik. Sebagai contoh, peserta yang menjual makanan olahan seperti keripik pisang diajarkan untuk menggunakan hashtag seperti #keripikpisang, #oleholeh, #snacksehat, atau bahkan hashtag yang lebih regional seperti #MalangFoodie, yang bisa membantu menjangkau audiens lebih luas dan lebih tepat sasaran.

Sebagian besar peserta mulai aktif memasarkan produk mereka melalui Instagram dan Facebook. Beberapa pelaku UMKM bahkan mulai mengadakan promo-promo khusus untuk menarik perhatian konsumen, seperti diskon pada produk tertentu atau bundling produk yang menawarkan harga lebih murah untuk pembelian lebih dari satu produk. Misalnya, Ibu Siti, yang menjual produk kain tenun tradisional, mulai menawarkan diskon spesial pada setiap pembelian lebih dari dua buah produk, yang langsung menarik banyak konsumen baru. Promo-promo seperti ini, yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan oleh para peserta, memberikan insentif tambahan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian dan meningkatkan volume penjualan.

Peserta juga belajar bagaimana cara membangun engagement dengan audiens. Ini termasuk cara membalas komentar dengan sopan dan responsif, memberikan informasi produk yang jelas dan terperinci, serta bagaimana membangun komunikasi dua arah yang efektif dengan konsumen. Dengan teknik ini, para peserta bisa membangun kepercayaan dengan audiens mereka, yang pada gilirannya akan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar alat pemasaran untuk menjangkau lebih banyak konsumen, tetapi juga merupakan platform untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan dan meningkatkan brand loyalty.

Selain itu, para peserta juga diajarkan tentang pentingnya memonitor performa akun mereka secara teratur menggunakan fasilitas analitik yang tersedia di platform media sosial, seperti Instagram Insights dan Facebook Analytics. Dengan menggunakan data analitik ini, peserta dapat memantau kinerja post, mengetahui waktu terbaik untuk memposting, serta melihat produk mana yang paling banyak diminati. Pemahaman ini memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan membuat keputusan yang lebih terinformasi dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, media sosial terbukti menjadi alat yang sangat powerful dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM di Desa Bangkalan. Para peserta kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara memasarkan produk mereka secara digital, tidak hanya melalui teknik pemasaran konvensional, tetapi juga melalui teknik-teknik digital yang lebih terstruktur dan efektif. Mereka merasa lebih percaya diri dan siap untuk terus memanfaatkan platform media sosial untuk meningkatkan penjualan, jangkauan pasar, serta membangun

hubungan yang lebih erat dengan konsumen mereka. Kegiatan pelatihan ini memberikan bukti nyata bahwa dengan memanfaatkan media sosial dengan cara yang tepat, UMKM di Desa Bangkalan dapat lebih kompetitif dan berkelanjutan di pasar digital yang semakin berkembang.

Tantangan yang Dihadapi dan Solusi

Meskipun hasil yang dicapai sangat menggembirakan, beberapa tantangan masih tetap ada. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh peserta adalah dalam hal pengelolaan stok dan pengiriman produk. Beberapa peserta merasa kesulitan dalam mengelola jumlah produk yang terjual melalui platform digital, karena sebelumnya mereka belum pernah menggunakan sistem yang dapat melacak inventaris secara otomatis. Akibatnya, ada kalanya peserta kekurangan stok atau kesulitan dalam mengelola pengiriman produk yang datang dalam jumlah besar.

Untuk mengatasi tantangan ini, tim pengabdian memberikan pendampingan intensif mengenai cara menggunakan fitur manajemen inventaris yang disediakan oleh platform marketplace, serta memberikan saran mengenai cara terbaik untuk bekerja dengan layanan kurir untuk pengiriman barang. Para peserta juga diajarkan cara mengatur jadwal pengiriman yang efisien dan cara menghindari pemborosan waktu dan biaya dalam pengiriman produk.

Selain itu, peserta juga masih merasa terbatas dalam hal pengelolaan dana untuk beriklan di media sosial. Beberapa pelaku UMKM di Desa Bangkalan mengungkapkan bahwa mereka merasa ragu untuk mengalokasikan anggaran untuk iklan berbayar di media sosial, padahal iklan ini dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Tim pengabdian memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran digital berbiaya rendah dan cara mengelola anggaran pemasaran untuk meningkatkan visibilitas produk tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Salah satu strategi yang disarankan adalah menggunakan fitur boosted posts di Instagram atau Facebook yang memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih besar dengan anggaran yang terbatas.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bangkalan sangat menggembirakan, dengan peningkatan signifikan dalam pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk UMKM. Peserta kini memiliki pengetahuan yang lebih baik mengenai cara menggunakan marketplace dan media sosial untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Meskipun masih ada beberapa tantangan dalam pengelolaan stok dan pengiriman, pendampingan yang berkelanjutan menunjukkan dampak positif dalam membantu peserta mengatasi masalah tersebut. Keberhasilan ini membuka peluang besar bagi UMKM di Desa Bangkalan untuk memperluas pasar mereka, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan daya saing di era digital. Dengan adanya peningkatan literasi digital, diharapkan para pelaku UMKM dapat mengelola usaha mereka secara lebih efisien dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan kepada pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman dalam

menerapkan pemanfaatan *Platform Digital* dalam meningkatkan jangkauan pemasaran produk, agar UMKM lokal dapat bersaing dipasaran serta dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Kegiatan ini dapat melatih pelaku UMKM dalam mengelola bisnis menjadi lebih terencana, terarah dan terkendali, mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik dengan memanfaatkan teknologi internet bidang *Platform Digital* sehingga produk yang dijual mempunyai kualitas dan dapat melayani konsumen dengan baik. Selain itu, kegiatan ini dapat merangsang dan memotivasi masyarakat produktif untuk berwirausaha karena dengan berwirausaha maka pertumbuhan ekonomi desa akan meningkat dan masyarakat akan sejahtera. Dengan berwirausaha akan menciptakan pekerjaan sehingga dapat menyerap tenaga kerja masyarakat sekitar dapat memberikan penghasilan bagi masyarakat yang ikut terlibat dalam UMKM.

SARAN

Diharapkan pelatihan seperti ini tetap dilaksanakan secara rutin. Dikarenakan perkembangan teknologi yang terus berkembang dan sebagai evaluasi capaian dari tahun- ketahun. Perlu diadakan kembali pelatihan pemanfaatan teknologi yang lebih luas, bukan hanya untuk meningkatkan jangkauan pemasaran, tetapi untuk pengelolaan dan distribusi yang efektif dan efisien.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan terima kasih kepada Kepala Desa dan UMKM Desa Bangkalan, Mahasiswa STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang, Kepala Prodi Manajemen STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang Ketua STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang, Pemerintah Daerah Kabupaten Malang atas segala dukungan yang telah diberikan sehingga terselenggaranya kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhir Lubis, Khairul, *Pengaruh Pelatihan dan Motivasi kerja terhadap kinerja karyawan PT.Perkebunan Nusantara IV (PERSEROAN) Medan*, (Tesis, Universitas Sumatera Utara Medan) Medan: Unsu Press, 2008.
- BPS Kabupaten Malang. 2017. Data PDRB Kabupaten Malang. Kasmir. Kewirausahaan. PT. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta
- LPPM. 2018. *Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat*. STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang Sukirno, Sadono. 2006. *Ekonomi Pembangunan Edisi Kedua*. Kencana. Jakarta
- Suwari Akhmaddhian dan Erga Yuhandra. 2018. Bantuan Hukum Bagi Tenaga Pendidik Dan Kependidikan Di Desa Mancagar Kabupaten Malang, Indonesia. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, e-ISSN 2598-2052 Vol. 01 Nomor 01. 2018.72-78.
2019. <https://www.ayobandung.com/read/2019/02/13/44992/pertanian-juara-sektor-pendukung-perekonomian-kabupaten-Malang>. (Diakses Oktober 2019)



2017.<http://www.faktadaerah.com/2017/10/fakta-desa-Bangkalan-Malang-provinsi.html>. (Diakses Oktober 2019)
Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah