

Pelatihan Pemanfaatan *Marketplace* Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan UMKM Desa Ria Bao

Ni Putu Ika Parwati¹, Meylisa Yuliasuti Sahan², Emanuel Kosat³

¹Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia

²Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia

³Ilmu Pemerintahan, Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia

*e-mail korespondensi: niputuika0803@gmail.com

Abstract

This study aims to describe the implementation and impact of training focused on the utilization of marketplace platforms as marketing media, with the goal of improving micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Ria Bao Village. The training was designed with an emphasis on practical demonstrations, which include product label creation, marketplace account registration, and engaging promotional descriptions. Data in this study were collected through direct observation, documentation, and informal interviews with participants. The qualitative findings indicate an increase in awareness and motivation among MSME actors to adopt digital marketing tools. This initial training can be considered a fundamental step in enhancing digital literacy and expanding market access for MSMEs located in rural areas, particularly in Ria Bao Village. The study recommends that ongoing training and continuous mentoring are essential to maximize the benefits of marketplace utilization.

Keywords: Marketplace; Marketing Media; MSMEs; Ria Bao Village

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan serta dampak dari pelatihan yang berfokus pada pemanfaatan platform marketplace sebagai media pemasaran, dengan tujuan untuk meningkatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Ria Bao. Pelatihan ini dirancang dengan penekanan pada demonstrasi praktis, yang mencakup pembuatan label produk, pendaftaran akun di marketplace, serta deskripsi promosi yang menarik. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode observasi langsung, dokumentasi, dan wawancara informal dengan para peserta. Temuan kualitatif yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan motivasi di kalangan pelaku UMKM untuk mengadopsi alat pemasaran digital. Pelatihan awal ini dapat dianggap sebagai langkah fundamental dalam meningkatkan literasi digital serta memperluas akses pasar bagi UMKM yang berada di daerah pedesaan terkhususnya Desa Ria Bao. Studi ini merekomendasikan bahwa pelatihan lanjutan dan pendampingan yang berkelanjutan sangat penting untuk memaksimalkan manfaat dari pemanfaatan marketplace.

Kata Kunci: Marketplace; Media Pemasaran; UMKM; Desa Ria Bao

Accepted: 2025-07-06

Published: 2025-09-10

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan transaksi jual beli. Kemajuan teknologi digital memungkinkan terjadinya transformasi dari sistem perdagangan konvensional menjadi perdagangan berbasis online. Pada awalnya, transaksi jual beli dilakukan secara langsung, yaitu dengan pertemuan fisik antara pembeli dan penjual di pasar atau tempat tertentu. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital, pemasaran mengalami perubahan yang signifikan. Pengguna internet yang semakin meningkat berpengaruh pada perkembangan *e-commerce* di Indonesia, khususnya forum pemasaran *online*. *E-commerce* (perdagangan elektronik) adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet¹.

Tidak bisa dipungkiri bahwa belanja online menjadi pilihan oleh banyak konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan tanpa menggunakan banyak waktu dan tenaga, adanya

kemudahan dalam melakukan transaksi dengan harga cukup bersaing dan kualitas barang yang bagus. Menurut Akbar & Alam, *E-commerce* merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet.² Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan e-commerce. Saat ini, Penjual tidak perlu bersusah payah dan kebingungan jika ingin berjualan online karena penjual dapat menjual barang secara *online* melalui platform digital, salah satunya adalah *marketplace*. *Marketplace* adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui media internet atau jaringan world wide web. Sedangkan *place* sendiri dalam kamus bahasa Inggris artinya adalah tempat. Jadi, pengertian dari *Marketplace* adalah tempat atau wadah untuk melakukan pemasaran produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet³. Hanya diperlukan pendaftaran saja untuk memulai berjualan. Semua proses sudah ditanggung oleh tim *marketplace*.

Marketplace telah menjadi solusi strategis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan akses pasar dan daya saing mereka di era digital. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah landasan dari perekonomian Indonesia yang dapat menambah tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di tengah persaingan dalam mencari pekerjaan.⁴ *Marketplace* memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia, termasuk di Desa Ria Bao Kabupaten Lembata. Dengan berjualan di *marketplace* barang yang dijual dapat dengan mudah ditemukan oleh calon pembeli dan dapat di pasarkan secara lebih luas. Berjualan di *marketplace* juga menghemat biaya produksi dan meningkatkan kemudahan bertransaksi untuk masyarakat setempat. Sebagai landasan perekonomian nasional, UMKM memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran. Dengan memanfaatkan *marketplace*, UMKM dapat beradaptasi dengan teknologi digital yang menawarkan jangkauan pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global. Selain itu, *marketplace* menyediakan fitur-fitur seperti pembayaran online, layanan pengiriman yang efisien, serta alat promosi digital yang membantu meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan pemasaran produk⁵.

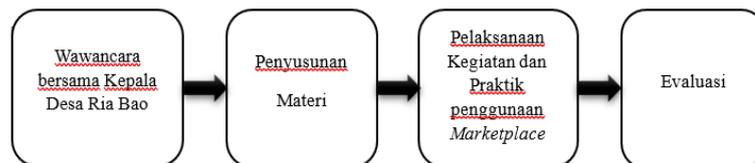
Di Desa Ria Bao, Kabupaten Lembata, pemanfaatan *marketplace* menjadi strategi penting untuk meningkatkan potensi UMKM lokal. Namun, masih terdapat sejumlah kendala yang menghambat optimalisasi pemasaran digital di desa ini. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan memadai dalam mengelola toko online dan memasarkan produk secara digital. Selain itu, kurangnya akses pendampingan dan sosialisasi mengenai strategi pemasaran digital membuat potensi produk lokal belum sepenuhnya tergarap.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan program kerja dari mahasiswa yang dapat berkolaborasi dengan pemerintah dan masyarakat setempat untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM. Program ini dapat berupa pelatihan intensif, sosialisasi strategi pemasaran digital, pendampingan teknis dalam penggunaan *marketplace*, serta pengembangan branding produk lokal. Dengan dukungan tersebut, diharapkan UMKM di Desa Ria Bao dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, serta berkontribusi lebih besar pada pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Inisiatif seperti yang dilakukan oleh mahasiswa Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan Perdagangan Kabupaten Lembata, menjadi contoh nyata langkah strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui sosialisasi, pelatihan digital marketing, dan kolaborasi kemitraan di tingkat desa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang bersifat demonstratif dan partisipatif, melibatkan praktik langsung dan diskusi interaktif. Pelatihan mencakup panduan mendaftar akun di platform marketplace dan menyusun deskripsi menarik perhatian konsumen. Metode pengumpulan data meliputi observasi langsung terhadap keterlibatan peserta, dokumentasi foto kegiatan, dan wawancara singkat.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemanfaatan marketplace sebagai media pemasaran dalam Upaya meningkatkan UMKM Desa Ria Bao ini dilaksanakan pada tanggal 06 Mei 2025 yang bertempat di Posyandu Tubuk Krajan, Desa Ria Bao, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata. Peserta pelatihan terdiri dari 15 warga Desa Ria Bao sebagai pelaku UMKM yang menghasilkan olahan makanan, minuman kerajinan tangan, dan lainnya. Pelatihan ini merupakan salah satu program kerja individu mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dalam melaksanakan Merdeka Kampus Belajar Merdeka (MBKM) di Desa Ria Bao.

Kegiatan dimulai dengan wawancara terhadap ketua Kepala Desa Ria Bao untuk mencari tau permasalahan yang dialami oleh UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ditemukan fakta bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Ria Bao belum memanfaatkan marketplace secara optimal karena keterbatasan literasi digital dan infrastruktur. Selain itu, tantangan infrastruktur seperti konektivitas internet yang tidak stabil di Desa Ria Bao tetap menjadi hambatan signifikan dalam penggunaan marketplace secara konsisten, yang juga menjadi perhatian dalam pengembangan UMKM pedesaan.

Selanjutnya, pembuatan materi pelatihan disesuaikan dengan tingkat pemahaman UMKM dan menghindari istilah teknis yang mungkin sulit dipahami oleh peserta yang awam terhadap media pemasaran digital. Pelaksanaan pelatihan dirancang untuk mengajarkan keterampilan praktis yang dapat diterapkan oleh peserta seperti pembuatan akun marketplace, manajemen produk, teknik pemasaran menggunakan caption yang menarik. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui manfaat dan strategi pemanfaatan marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di desa tersebut. Permasalahan yang diidentifikasi adalah rendahnya pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan marketplace sebagai media pemasaran. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan marketplace secara efektif untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Tahap berikut adalah Pemaparan Materi pengenalan marketplace yang disampaikan oleh Ni Putu Ika Parwati, seorang mahasiswa yang melaksanakan kegiatan pengabdian di Desa Ria Bao. Dalam penyampaian materinya, ia membahas definisi marketplace, fungsi utama marketplace,

manfaat penggunaan marketplace, serta berbagai jenis marketplace yang ada di Indonesia. Penyampaian materi ini sangat penting agar para pelaku UMKM memahami urgensi pemasaran digital dan terdorong untuk memanfaatkan marketplace sebagai sarana transaksi jual beli guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Berikut merupakan dokumentasi kegiatan pemaparan materi mengenai marketplace.



Gambar 2. Pelatihan mengenai platform *marketplace*



Gambar 3. Foto setelah melakukan diskusi dan tanya jawab bersama PemDes dan para pelaku UMKM

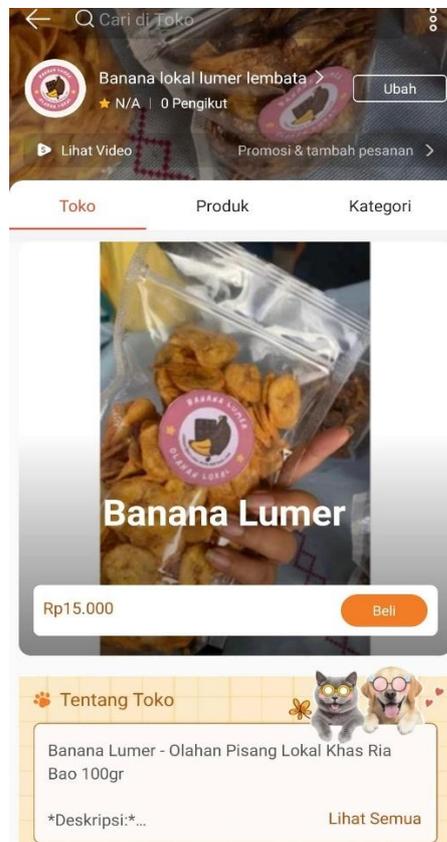
Sesi berikut adalah langkah membuat Akun di platform Marketplace. Pada sesi ini, peserta dipandu langkah demi langkah untuk membuat akun di marketplace populer seperti Shopee, Tokopedia, Facebook Marketplace, dan aplikasi lainnya. Fasilitator memperagakan proses mulai dari membuka aplikasi atau situs marketplace, memilih menu "Daftar" atau "Register", mengisi data diri dan informasi usaha, hingga melakukan verifikasi melalui email atau nomor telepon.



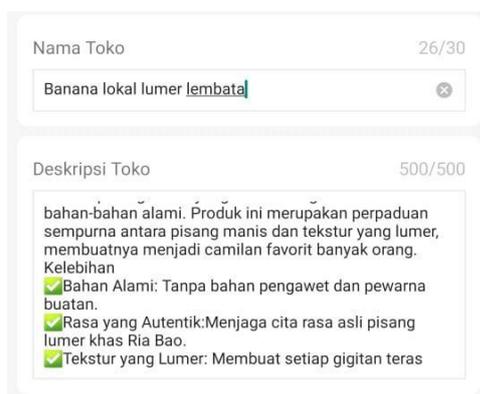


Gambar 4. Narasumber memberikan bimbingan kepada salah satu pelaku UMKM mengenai langkah pendaftaran di Marketplace.

Setelah akun berhasil dibuat, peserta diajak untuk melengkapi profil toko, mengunggah foto produk, dan mengatur detail harga serta deskripsi produk. Praktik langsung ini bertujuan agar pelaku UMKM dapat secara mandiri mengelola toko online mereka dan siap menerima pesanan dari konsumen yang lebih luas. Peserta diberikan contoh serta arahan mengenai pentingnya label produk yang informatif dan menarik secara visual. Penjelasan narasumber meliputi pemilihan nama produk yang mudah diingat, penggunaan warna dan desain yang sesuai dengan karakter produk, serta penempatan informasi penting seperti komposisi, berat bersih, tanggal produksi, dan kontak UMKM. Narasumber memperkenalkan aplikasi sederhana seperti Canva untuk membuat label digital yang mudah dicetak. Dengan label yang menarik dan profesional, produk UMKM diharapkan lebih mudah dikenali dan dipercaya oleh konsumen di marketplace.



Gambar 5. Contoh Toko Online salah satu pelaku UMKM



Gambar 5. Contoh Deskripsi Produk di Toko Online

Selain itu, instruksi mengenai pembuatan deksripsi promosi produk yang menarik bertujuan memperkenalkan peserta pada strategi komunikasi digital yang dapat memengaruhi perilaku pembeli. Komponen ini mengisi kekurangan umum dalam keterampilan pemasaran UMKM, karena pesan yang efektif sangat penting untuk keterlibatan pelanggan dan konversi. Meskipun durasi pelatihan terbatas, tanggapan informal dari peserta menunjukkan adanya peningkatan semangat dan keinginan untuk mengaplikasikan keterampilan yang telah diperoleh.

Berikut adalah tahap evaluasi di mana kuisisioner dibagikan kepada 15 peserta yang telah mengikuti pelatihan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan oleh narasumber selama kegiatan pelatihan berlangsung.

No	Pertanyaan	Paham	Cukup Paham	Tidak Paham
1	Memahami apa itu marketplace dan cara kerjanya dalam berjualan online	10 (66,7%)	4 (26,7%)	1 (6,7%)
2	Memahami langkah-langkah membuat toko online di platform marketplace	9 (60%)	5 (33,3%)	1 (6,7%)
3	Memahami cara mengelola toko online dan melakukan pemasaran digital secara mandiri	8 (53,3%)	4 (26,7%)	3 (20%)

Gambar 4. Pertanyaan dan jawaban kuisisioner

Berdasarkan hasil evaluasi, mayoritas peserta telah memahami materi pelatihan yang diberikan. Sebanyak 66,7% peserta menyatakan paham tentang konsep dan cara kerja marketplace, sementara 26,7% cukup paham, dan hanya 6,7% yang belum memahami. Pada aspek pembuatan toko online, 60% peserta merasa paham, 33,3% cukup paham, dan 6,7% tidak paham. Sementara itu, dalam hal pengelolaan toko dan pemasaran digital secara mandiri, 53,3% peserta merasa paham, 26,7% cukup paham, dan 20% belum paham. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta terkait marketplace dan pemasaran digital, meskipun sebagian kecil peserta masih memerlukan pendampingan lebih lanjut.

KESIMPULAN

Pelatihan tentang pemanfaatan marketplace di Desa Ria Bao berhasil mengenalkan pelaku UMKM pada keterampilan dasar pemasaran digital, termasuk pembuatan label produk, pendaftaran akun, dan penulisan deskripsi promosi. Meskipun cakupannya terbatas, pelatihan ini meningkatkan kesadaran dan motivasi peserta untuk menggunakan marketplace. Untuk mendukung transformasi

digital yang berkelanjutan, disarankan agar pihak berwenang dan pemangku kepentingan memfasilitasi pelatihan lanjutan dan pendampingan, serta memperbaiki infrastruktur digital.

DAFTAR PUSTAKA

1. Rehatalanit YL. Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *J Teknol Ind.* 2021;5(0):62-69. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
2. Feriyanto O, Azhar Fadhillah S, Nuraeni Damayanti S, Azzahra A, Putri Aryana H, Studi Akuntansi P. Penggunaan E-Commerce sebagai Media Bisnis dan Akuntansi di Era Digital (Studi Literatur). 2024;8:29328-29332.
3. Cahya AD, Aqdella FA, Jannah AZ, Setyawati H. Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Sci J Reflect Econ Accounting, Manag Bus.* 2021;4(3):503-510. doi:10.37481/sjr.v4i3.329
4. YOSEPHA SY. Determinan Penggunaan Media Sosial, Kreativitas dan Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Coffee shop di Kota Bekasi. *J Manaj.* 2021;11(2):165-181. doi:10.30656/jm.v11i2.3878
5. Masnita Y, Nurhaida D, Arafah W. Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Sebagai Strategi Memperluas Pangsa Pasar Bagi Komunitas Umkm Indonesia Terpadu (Duit). *J Abdikaryasakti.* 2024;4(1):1-22. doi:10.25105/ja.v4i1.16510