

Pengembangan Bisnis Online Melalui Marketplace Sebagai Upaya Pengembangan Potensi Lokal di Desa Sewurejo KHDTK UNS Karanganyar

Sri Hilmi Pujihartati^{1*}, Mahendra Wijaya², Marimin Marimin³, Sudarsana Sudarsana⁴

^{1,2,3,4}Universitas Sebelas Maret

*Corresponding author, e-mail: Mahendrawijaya@staf.uns.ac.id.

Abstrak

Latar belakang pengabdian ini adalah adanya perubahan paradigma dalam berbisnis dari konvensional menjadi online, terutama di era globalisasi dan teknologi informasi yang semakin maju. Desa Sewurejo, KHDTK UNS Karanganyar menjadi contoh dalam pengembangan bisnis online di tingkat desa, sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat oleh Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta. Artikel ini memaparkan proses pengabdian yang dilakukan, mulai dari tahap penyuluhan dan sosialisasi, pelatihan teknis, hingga pendampingan dan evaluasi. Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat desa terkait pengembangan bisnis online melalui marketplace. Hasil yang dicapai meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam berbisnis online, peningkatan pendapatan, dan pemberdayaan potensi lokal. Meski dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan akses dan keterampilan teknologi, program ini berhasil memberikan dampak positif dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Sewurejo.

Kata Kunci: Bisnis Online; Desa Sewurejo; Pemberdayaan Masyarakat.

Abstract

The background of this article is the paradigm shift in business from conventional to online, particularly in the era of advancing globalization and information technology. Sewurejo Village, KHDTK UNS Karanganyar, serves as an example of online business development at the village level, as part of the community service program by Sebelas Maret University (UNS) Surakarta. This article describes the process of the service performed, from the stage of outreach and socialization, technical training, to mentoring and evaluation. The results achieved include an increase in community knowledge and skills in online business, increased income, and the empowerment of local potential. Despite challenges such as limited access and technology skills, this program has successfully had a positive impact on improving the welfare of the Sewurejo Village community.

Keywords: Community development; Online business; Sewurejo village.

How to Cite: Pujihartati, S. H. et al. (2024). Pengembangan Bisnis Online Melalui Marketplace Sebagai Upaya Pengembangan Potensi Lokal di Desa Sewurejo KHDTK UNS Karanganyar. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 60-64.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2024 by author.

Pendahuluan

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi seperti saat ini, bisnis online atau perdagangan elektronik (e-commerce) menjadi salah satu peluang usaha yang dapat dijadikan sebagai lahan bisnis baru dan menjadi pilihan masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli. Di sisi lain, perkembangan bisnis online ini juga bisa menjadi peluang bagi masyarakat desa untuk mengembangkan potensi lokal yang dimiliki sehingga dapat menambah penghasilan dan kesejahteraan masyarakat desa.

Desa Sewurejo di Mojogedang, Karanganyar, memiliki pembagian wilayah yang terdiri dari berbagai dusun dengan komunitas yang aktif dan terstruktur, termasuk Gragalan, Jubleg, Sumberejo, dan lainnya. Struktur sosial yang kuat ini menawarkan fondasi yang solid untuk pengembangan bisnis online melalui *marketplace*, dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada di masing-masing dusun. Keragaman geografis dan sumber daya manusia yang ada di Desa Sewurejo menjanjikan peluang untuk pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Dengan kenyataan bahwa mayoritas penduduk Desa Sewurejo berprofesi sebagai petani, terutama dalam budidaya padi, ekonomi desa ini sangat bergantung pada sektor pertanian. Keberadaan UMKM juga menunjukkan keragaman ekonomi desa. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial yang meluas di kalangan masyarakat bisa menjadi alat pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk lokal dan UMKM. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan WhatsApp menawarkan peluang untuk menghubungkan produk desa dengan pasar yang lebih luas, memanfaatkan tren penggunaan media sosial yang tinggi di Indonesia.

Studi literatur mengenai pengembangan bisnis online menunjukkan bahwa sektor UMKM memerlukan perhatian khusus, terutama pasca pandemi Covid-19 (Rifia, 2023). Dalam hal ini, pemahaman mengenai konsep komunikasi pemasaran terintegrasi menjadi hal penting untuk diaplikasikan oleh pelaku UMKM, khususnya dalam memanfaatkan berbagai platform digital (Mutmainnah, 2023). Pemanfaatan digital marketing seperti yang dijelaskan dalam penelitian Seta et al. (2023) juga menjadi salah satu cara efektif dalam mempromosikan produk dan jasa, yang tentunya memerlukan pendampingan dan pelatihan, seperti yang dilakukan dalam penelitian Pratiwi et al. (2023).

Di sisi lain, peningkatan kapasitas dan keterampilan dalam perencanaan bisnis juga menjadi faktor kunci dalam pengembangan bisnis online (Arfiansyah et al., 2023). Pengetahuan konsumen terhadap produk yang ditawarkan juga penting untuk ditingkatkan, yang bisa dilakukan melalui pengembangan website sebagai sarana promosi dan informasi (Hendrawan et al., 2023). Selain itu, penyusunan rencana bisnis yang baik juga menjadi langkah penting dalam pengembangan usaha, termasuk di dalamnya penentuan strategi pemasaran yang tepat, seperti yang disarankan oleh Soelaiman & Liusca (2022). Keseluruhan strategi dan pendekatan ini penting untuk diterapkan dalam pengembangan bisnis online di tingkat desa, seperti dalam kasus Desa Sewurejo.

Desa Sewurejo di Kecamatan Mojogedang, Karanganyar, menampilkan keragaman sosial dan ekonomi dengan dominasi kegiatan pertanian, khususnya padi, yang mencerminkan mayoritas profesi penduduk sebagai petani. Selain itu, keberadaan UMKM menandakan potensi ekonomi lain. Struktur masyarakat yang terorganisir dalam dusun-dusun, seperti Gragalan dan Jubleg, memberikan dasar untuk inisiatif pengembangan, termasuk bisnis online. Keterlibatan aktif masyarakat dalam media sosial menawarkan peluang strategis untuk memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk lokal ke pasar yang lebih luas.

Di era digital seperti saat ini, pemasaran online atau E-Marketing memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan. Pemasaran ini mengandalkan internet sehingga bisa menjangkau pelanggan potensial. Dibandingkan dengan pemasaran metode konvensional, pemasaran online ini dapat dilakukan dalam berbagai cara baik dalam bentuk gambar, teks, maupun video. Karena terdapat banyak platform yang dapat diakses dengan internet, maka saluran yang digunakan untuk pemasaran online sangatlah beragam.

Pada Tahun 2023, program pengabdian kepada masyarakat dilakukan oleh Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta di Desa Sewurejo, KHDTK UNS Karanganyar. Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat desa terkait pengembangan bisnis online melalui *marketplace*.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan langsung kepada masyarakat desa Sewurejo. Pelatihan ini melibatkan beberapa narasumber yang ahli di bidangnya masing-masing, seperti bidang teknologi informasi, bisnis, dan pemasaran. Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini antara lain adalah pengenalan tentang bisnis online, cara kerja *marketplace*, manfaat dan keuntungan bisnis online, strategi pemasaran melalui media online, dan pengenalan terhadap beberapa

platform *marketplace* yang populer di Indonesia. Kegiatan pelatihan e-marketing ini dilaksanakan pada Sabtu, 10 Juni 2023 berlokasi di Balai Desa Sewurejo, Kecamatan Mojogedang, Kabupaten Karanganyar. Kegiatan pelatihan tersebut dihadiri oleh jajaran dosen yang tergabung dalam Riset Group Seni, Budaya, dan Industri Kreatif Prodi Sosiologi FISIP UNS, Kepala Desa Sewurejo, serta sejumlah pelaku UMKM Desa Sewurejo.

Selain itu, masyarakat desa juga diajarkan bagaimana cara mengambil foto produk dengan baik dan menarik, membuat deskripsi produk yang jelas dan menarik, serta bagaimana cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang akan dijual. Masyarakat juga diberi kesempatan untuk praktek langsung dalam membuat akun *marketplace* dan memasukkan produk yang akan dijual ke dalam akun tersebut.

Dalam proses pendampingan, tim pengabdian masyarakat dari UNS ini tidak hanya memberikan teori dan praktek tentang bisnis online, tetapi juga memberikan motivasi dan semangat kepada masyarakat desa untuk mulai berbisnis online dan mengembangkan potensi lokal yang dimiliki. Pendampingan ini dilakukan secara berkelanjutan hingga masyarakat desa benar-benar paham dan mampu menjalankan bisnis online dengan baik.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan berjalan dengan efektif dan mendapatkan respon positif dari masyarakat Desa Sewurejo. Dalam prosesnya, program pengabdian ini berlangsung dalam beberapa tahapan, yang melibatkan pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada masyarakat.

Tahap pertama adalah penyuluhan dan sosialisasi mengenai bisnis online dan pentingnya *marketplace* bagi usaha mereka. Dalam tahap ini, tim pengabdian masyarakat berusaha menjelaskan konsep dasar dari bisnis online dan bagaimana platform *marketplace* dapat membantu mereka dalam memasarkan produk-produk lokal yang dimiliki. Tim juga menghadirkan beberapa contoh sukses bisnis online dari berbagai *marketplace* yang populer di Indonesia untuk memberikan gambaran dan motivasi kepada masyarakat.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Tahap kedua adalah pelatihan teknis mengenai penggunaan *marketplace*. Di tahap ini, masyarakat diajarkan cara membuat akun di berbagai *marketplace*, mengunggah produk, dan mengatur penawaran harga yang menarik namun tetap memberikan keuntungan. Selain itu, mereka juga diberikan pelatihan mengenai fotografi produk dan penulisan deskripsi produk yang menarik dan informatif.



Gambar 2. Peserta Pelatihan

Tahap ketiga adalah pendampingan dan evaluasi. Setelah masyarakat mencoba secara langsung mengoperasikan *marketplace*, tim pengabdian masyarakat melakukan pendampingan dan evaluasi untuk memastikan bahwa masyarakat memahami dan mampu menjalankan bisnis online tersebut. Pendampingan ini tidak hanya berupa teknis, namun juga meliputi aspek psikologis, seperti membangun kepercayaan diri dan mengatasi rasa takut dan ragu-ragu dalam menjalankan bisnis online.



Gambar 3. Pendampingan Pelatihan

Hasil dari program pengabdian ini dapat dilihat dari peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Sewurejo dalam mengoperasikan bisnis online. Banyak dari mereka yang awalnya tidak mengetahui apa itu bisnis online, kini menjadi paham dan mampu untuk mengelola bisnis mereka di *marketplace*. Hal ini terlihat dari jumlah masyarakat yang mulai aktif dalam *marketplace* dan jumlah produk lokal yang dijual secara online meningkat.

Selain itu, dampak lain yang dirasakan oleh masyarakat adalah potensi peningkatan pendapatan. Dengan pemasaran online, jangkauan penjualan produk bisa menjadi lebih luas sehingga potensi pembeli juga meningkat (Urva, 2022). Hal ini tentu memberikan dampak positif pada pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Tak hanya itu, program pengabdian ini juga memberikan dampak secara psikologis (Widiyanto, et al, 2022). Masyarakat menjadi lebih percaya diri dan termotivasi untuk mengembangkan usaha mereka. Mereka merasa bahwa dengan teknologi, mereka mampu bersaing dan menjangkau pasar yang lebih luas. Program pengabdian ini juga mempengaruhi dinamika sosial dalam masyarakat. Interaksi antar anggota masyarakat menjadi lebih intens dalam diskusi dan pertukaran ide tentang bisnis online. Hal ini membantu membangun rasa solidaritas dan kerjasama antar anggota masyarakat dalam mengembangkan potensi lokal.

Namun, tentu saja program ini tidak lepas dari tantangan dan hambatan. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan akses dan keterampilan teknologi sebagian masyarakat, serta adanya keraguan dan ketakutan akan risiko dalam berbisnis online. Oleh karena itu, dalam setiap tahapan, tim pengabdian selalu memberikan pendampingan dan motivasi untuk mendorong masyarakat agar tetap bersemangat dalam menjalankan bisnis online. Pada akhirnya, meski masih ada hambatan dan tantangan, namun antusiasme dan keberhasilan yang ditunjukkan oleh masyarakat Desa Sewurejo dalam menjalankan bisnis online menunjukkan bahwa program pengabdian ini telah berhasil dalam membantu masyarakat untuk memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan potensi lokal mereka. Program ini telah memberikan wawasan baru bagi masyarakat tentang bagaimana cara memanfaatkan teknologi dan internet untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

Program pengabdian masyarakat ini memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Sewurejo. Beberapa dari mereka yang awalnya tidak mengetahui tentang bisnis online, kini menjadi paham dan mulai mencoba untuk membuka lapak online di beberapa *marketplace*. Produk-produk lokal seperti kerajinan tangan, makanan, dan hasil pertanian mulai dipasarkan secara online dan mendapatkan respon positif dari konsumen. Masyarakat Desa Sewurejo juga merasakan manfaat langsung dari program pengabdian ini, diantaranya adalah peningkatan pendapatan dari penjualan produk secara online, peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan bisnis online, serta peningkatan kesejahteraan dan perekonomian desa.

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat dengan tema pengembangan bisnis online melalui *marketplace* ini sangat bermanfaat bagi masyarakat Desa Sewurejo. Melalui program ini, masyarakat desa mampu untuk mengembangkan potensi lokal yang dimiliki dan mampu untuk bersaing di era digital. Pengabdian

masyarakat seperti ini diharapkan dapat dilakukan secara berkelanjutan dan diterapkan di desa-desa lain di Indonesia.

Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa pemanfaatan teknologi dalam bentuk pengembangan bisnis online melalui *marketplace* dapat menjadi salah satu cara untuk mengembangkan potensi lokal dan mengangkat perekonomian masyarakat desa. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan dan sinergitas antara pemerintah, universitas, dan masyarakat dalam mewujudkan program pengabdian masyarakat ini..

Daftar Pustaka

- Arfiansyah, Z., Qadri, R., Firmansyah, A. (2023). Peningkatan Kapasitas Pengurus Bumdes di Kabupaten Pacitan Terkait dengan Perencanaan Bisnis. *Pengmasku*, 1(3), 1-7. <https://doi.org/10.54957/pengmasku.v3i1.303>
- Hendrawan, R., et al. (2023). Website Urun Daya Untuk Meningkatkan Product Knowledge Pada Konsumen Umkm Sentra Oleh – Oleh Khas Daerah. *Sewagati*, 7(3), 319-331. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.491>
- Mutmainnah, M., Widodo, A. S., & Wardani, S. Formulasi Komunikasi Pemasaran: Menimbang Konsep Komunikasi Pemasaran Terintegrasi pada Pelaku UMKM Desa Ciampea Udik Bogor. *Dedikasi PKM*, 4(2), 155-162.
- Nugrahaningsih, P., et al. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukon Gemilang. *Kumawula*, 1(4), 8. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>
- Pratiwi, M., Urva, G., Syarief, A. (2023). Pendampingan Mahasiswa dalam Pengembangan Bisnis Digital. *Literasi*, 1(3), 9-13. <https://doi.org/10.58466/literasi.v3i1.829>
- Rifia, N. (2023). Menumbuhkembangkan Umkm Pasca Pandemi Covid 19 DI Kawasan Wisata Ciung Wanara, Kabupaten Ciamis. *Alkhidmah*, 1(1), 77-88. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v1i1.184>
- Seta, H., Wadu, R., Theresiawati, T., Pradnyana, I. (2023). Penguatan Kapasitas Kelompok Wanita Tani Dan Ibu – Ibu PKK dalam Penggunaan Digital Marketing. *Abdimas*, 1(7), 61-68. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i1.2200>
- Soelaiman, L., & Liusca, C. (2022). Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2).
- Urva, N., Pratiwi, M., Syarief, A. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE*, 1(2), 56-61. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301>
- Widiyanto, A., Sulastiyono, R., Santoso, W., Abdilah, S., Rizki, M. F., & Perayoga, R. (2022). Empowering MSMEs in Dlinggo Hamlet through digital marketing as a means of promotion. *Community Empowerment*, 7(6), 988-993.