



PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI DESA GALENGDOWO MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE

Riwayat artikel:

Diterima: Desember 2025

Disetujui: Maret 2026

Tersedia secara daring: Mei 2026

*Penulis korespondensi

Surel: nindia_tk@upnjatim.ac.id

Ahmad Rizky Safrudin¹, Atika Nandini¹, Nindia Noor Indah^{1*}

¹⁾ Program Studi Teknik Kimia, Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya 60294, Indonesia

Abstrak

Perkembangan teknologi saat ini membuat banyak masyarakat mulai menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya itu, kemajuan teknologi juga sudah mulai diterapkan pada kegiatan *marketing*. Salah satunya menggunakan *e-commerce* atau toko *online* untuk mempromosikan produk yang akan ditawarkan. *E-commerce* yang biasanya banyak dikenal dan digunakan oleh pelaku usaha misalnya Shopee. Tampilan website yang menarik dan mudah dipahami menjadi alasan pemilihan Shopee banyak digunakan oleh para pelaku usaha UMKM. Akan tetapi di Desa Galengdowo, para pelaku usaha UMKM masih banyak yang mengalami kendala penggunaan *digital marketing* untuk mempromosikan produk. Oleh karena itu, pelatihan ini dilakukan sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat guna menambah wawasan dan kemudahan bagi para pengusaha baru yang masih bingung dalam mengembangkan bisnis, baik itu berupa produk maupun jasa, bertujuan agar bisnis mereka dapat tumbuh dengan baik dan ekonomi bisa meningkat. Dengan memanfaatkan pemasaran digital melalui *platform e-commerce* Shopee, diharapkan penjualan bisa meningkat melalui strategi pemasaran digital yang luas dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

Kata kunci: UMKM; Digitalisasi; Shopee; Galengdowo.

Abstract

The development of technology today has made many people start using digital technology in their daily lives. Not only that, technological advances have also begun to be applied to marketing activities. One of them is using *e-commerce* or *online* stores to promote the products that will be offered. *E-commerce* is usually widely known and used by business people, for example "Shopee" an *online platform* for buying and selling in Indonesia. An attractive and easy-to-understand website appearance is the reason Shopee is chosen by many micro small and medium enterprises (MSME). However, in Galengdowo Village, many UMKM entrepreneurs still experience problems using *digital marketing* to promote products. Therefore, this training was carried out as a form of concern for the community in order to increase insight and convenience for novice entrepreneurs who are still confused about developing their business in the form of products or services with. The goal is so that business activities in society can develop well and economic growth increases. It is hoped that *digital marketing* using Shopee *e-commerce* can increase sales using *digital marketing* media because product marketing is broad and easy to access.

Keywords: MSME; Digitalization; Shopee; Galangdewo.

1. PENDAHULUAN

Bisnis berperan dalam memperkuat dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang cepat memungkinkan pemenuhan kebutuhan masyarakat, yang memerlukan lapangan kerja untuk mengelola kekayaan alam. Meski Indonesia kaya sumber daya alam, potensinya belum dimanfaatkan optimal. Pengembangan ekonomi lokal dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memanfaatkan kekayaan alam yang ada. Dengan pendekatan yang tepat, potensi ini dapat dioptimalkan untuk kebaikan bersama (Maulidah dan Oktafia, 2020). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan, atau badan usaha disemua sektor ekonomi dan dapat menjadi fondasi utama ekonomi masyarakat di negara berkembang seperti Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam ekonomi Indonesia, baik dalam penciptaan lapangan kerja maupun jumlah unit usaha. UMKM berkontribusi signifikan dalam perekonomian negara dan membantu mendistribusikan pendapatan (Hanım dan Noorman, 2018).

UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja, namun juga membantu mengurangi tingkat pengangguran serta mengurangi kesenjangan ekonomi dengan memberikan kesempatan ekonomi kepada kelompok yang kurang beruntung seperti perempuan, kaum muda, dan komunitas adat. Selain itu, UMKM juga memperkuat pertumbuhan ekonomi inklusif dengan menjadi sumber pendapatan yang signifikan, menambah nilai ekonomi, dan berkontribusi pada pembayaran pajak serta pembangunan infrastruktur. Pendapatan yang meningkat dari UMKM memiliki potensi untuk memperkuat daya beli masyarakat, mendorong konsumsi dalam negeri, dan menciptakan siklus ekonomi yang berkelanjutan (Vinatra, 2023).

UMKM juga memberikan peluang untuk inovasi, pengembangan keterampilan, dan perluasan jaringan bisnis, yang mendorong pengusaha untuk menemukan solusi baru, menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, dan meningkatkan daya saing mereka. Dengan demikian, UMKM berperan sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan

memberikan dampak positif pada kualitas hidup masyarakat. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, penting bagi pemerintah dan para pemangku kepentingan untuk memberikan dukungan yang tepat kepada UMKM, termasuk akses ke pembiayaan yang terjangkau, pelatihan dan pendidikan bisnis, penguasaan teknologi informasi, akses pasar yang lebih luas, serta kebijakan yang mendukung regulasi yang ramah terhadap UMKM (Nursanty dkk., 2023).

Di tengah perkembangan zaman yang pesat dan kemajuan teknologi, para pelaku UMKM perlu memiliki kompetensi yang lebih dalam pengembangan bisnis, baik dalam produk maupun jasa yang ditawarkan. Meskipun pemasaran langsung tetap menjadi strategi yang umum, penggunaan teknologi media *digital marketing* semakin penting (Sifwah dkk., 2024). Namun, masih ada tantangan dalam adopsi media digital ini, terutama di kalangan UMKM. Banyak yang belum memanfaatkan media digital secara optimal atau bahkan belum memahami potensi dan manfaatnya. Sebagai contoh, di desa Galengdowo, masih banyak pengusaha yang belum akrab dengan *digital marketing*. Hal ini disayangkan mengingat UMKM yang menerapkan strategi *online* cenderung lebih cepat dalam meraih keuntungan, dibandingkan dengan yang hanya mengandalkan penjualan *offline*. Peralihan menjadi metode *e-commerce* sangat diminati sebab akses yang mudah dan tanpa batas ruang dan waktu. Konsumen dapat dengan mudah memesan produk yang diinginkan cukup melalui *e-commerce* seperti Shopee melalui smartphone. Penggunaan media digital tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses pemasaran.

Dengan *digital marketing*, UMKM dapat menargetkan audiens yang lebih spesifik, melakukan analisis pasar secara *real-time*, dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan cepat berdasarkan *feedback* yang diterima. Selain itu, media sosial sebagai bagian dari *digital marketing* memberikan *platform* interaksi langsung antara penjual dan pembeli yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk segera beradaptasi dengan teknologi digital agar tidak tertinggal dalam

persaingan pasar yang semakin ketat. Edukasi dan pelatihan tentang penggunaan media digital harus menjadi prioritas untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan di bidang ini. Dengan demikian, UMKM dapat mengoptimalkan potensi mereka dan berkontribusi lebih besar pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Shopee adalah *platform e-commerce* yang memfasilitasi berbagai transaksi perdagangan melalui internet. Dikelola oleh Sea Group, Shopee memungkinkan penjual untuk memasarkan produk dan jasa mereka secara *online* kepada konsumen yang berpotensi di berbagai negara di kawasan Asia Tenggara (Purwana dkk., 2017). Melalui Shopee, penjual, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dapat membuka toko *online* di *platform* tersebut. Selain itu, mereka juga dapat memasarkan berbagai produk seperti pakaian, perlengkapan elektronik, peralatan rumah tangga, makanan, minuman, dan sebagainya. Dengan kehadiran *platform* seperti Shopee, UMKM diharapkan dapat memanfaatkan peluang untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan.

Para pelaku UMKM saat ini harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar produk-produk yang mereka tawarkan tetap bersaing dengan produk-produk dari luar. Kesiapan para pelaku UMKM, terutama dalam hal pengetahuan, keterampilan, dan pemanfaatan teknologi di era digital saat ini, menjadi hal yang sangat penting (Widayani dkk., 2020). Oleh karena itu, para pelaku UMKM perlu bersiap untuk memasarkan produk-produk mereka melalui perkembangan teknologi yang terus berkembang. Hal ini tidak hanya membantu mereka meningkatkan daya saing, tetapi juga memastikan agar mereka tetap relevan di tengah perubahan pasar yang terus menerus. Menggunakan *platform* digital seperti Shopee dapat memberikan akses yang lebih luas dan efisien untuk mencapai konsumen potensial di berbagai wilayah, yang sebelumnya mungkin sulit dijangkau melalui metode pemasaran konvensional.

Sebagai tambahan, edukasi dan sosialisasi tentang pemanfaatan teknologi digital bagi pelaku UMKM menjadi sangat penting. Pelaku UMKM harus dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk dapat

memanfaatkan *platform e-commerce* dengan optimal. Ini termasuk pemahaman tentang cara membuat dan mengelola toko *online*, strategi pemasaran digital, serta penggunaan analitik untuk memahami perilaku konsumen. Selain itu, penting bagi pelaku UMKM untuk memahami berbagai fitur yang ditawarkan oleh Shopee, seperti program promosi, diskon, dan fitur interaktif lainnya yang dapat meningkatkan engagement dengan pelanggan (Fitria dan Nawawi, 2023).

Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi dan edukasi ini tidak hanya sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat, tetapi juga sebagai upaya untuk menambah wawasan dan kemudahan bagi para wirausaha pemula yang masih kebingungan dalam mengembangkan usahanya, baik berupa produk atau jasa. Tujuannya adalah agar aktivitas bisnis di tengah-tengah masyarakat dapat berkembang dengan baik dan pertumbuhan ekonomi meningkat melalui *digital marketing*. Dengan semakin banyaknya pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi digital, diharapkan akan tercipta ekosistem bisnis yang lebih dinamis dan kompetitif, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Keterlibatan aktif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, penyedia *platform*, dan masyarakat, sangat diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perkembangan UMKM di era digital ini.

2. METODE KEGIATAN

Pemasaran produk yang dilakukan di Desa Galengdowo sebelumnya hanya menggunakan metode sederhana, tanpa adanya promosi produk. Hal tersebut menyebabkan penjualan yang kurang efisien dan kurang dikenal oleh masyarakat luas sehingga perlu adanya inovasi yang dapat meningkatkan pemasaran produk UMKM. Menurut penelitian Munawarah dkk., 2023 yang diterapkan pada UMKM di Desa Sumberagung, salah satu cara untuk meningkatkan penjualan, promosi produk, dan memperluas pemasaran adalah dengan menggunakan *digital marketing* melalui sosialisasi penggunaan aplikasi *e-commerce* Shopee. Oleh karena itu, metode kegiatan yang diberikan pada peserta UMKM Desa Galengdowo adalah dengan cara pemberian pelatihan keterampilan dan pendekatan agar

masyarakat lebih paham dan mudah dalam menerapkannya. Berbeda dengan kegiatan pengabdian masyarakat pada umumnya, pelatihan ini dikemas dengan metode yang komprehensif dan mudah dipahami. Kegiatan ini dilakukan dengan menggabungkan pemaparan materi, sesi tanya jawab, dan praktik langsung. Para peserta dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan *platform digital marketing* Shopee dan media sosial untuk mempromosikan produk yang ditawarkan.

Pelatihan ini mencakup pemanfaatan aplikasi Shopee dan *platform* media sosial untuk mendukung promosi produk yang ditawarkan. Pendekatan yang digunakan melibatkan praktik langsung dalam menggunakan aplikasi, dimulai dari proses pembuatan akun Shopee, pendataan toko *online*, hingga penulisan deskripsi produk yang akan dijual di *platform online* tersebut. Setelah itu, fokus dialihkan pada strategi promosi yang dapat dilakukan melalui media sosial lainnya, seperti Facebook dan Instagram. Peserta diberikan contoh konkret tentang situasi yang sering dihadapi dalam sektor UMKM. Berikut ini adalah deskripsi aktivitas yang dilaksanakan secara terstruktur:

2.1 Koordinasi dengan Peserta dan Perangkat Desa

Langkah pertama yang dilakukan oleh para mahasiswa adalah melakukan koordinasi dengan para peserta dan perangkat desa. Koordinasi ini bertujuan untuk memastikan kelancaran dan efektivitas kegiatan pelatihan. Pada tahap ini, mahasiswa mengadakan pertemuan dengan perangkat desa untuk mendapatkan dukungan dan izin pelaksanaan kegiatan. Selain itu, para mahasiswa juga berkomunikasi dengan para pelaku UMKM untuk menjelaskan tujuan dan manfaat dari pelatihan yang akan diadakan.

Koordinasi ini juga melibatkan pengumpulan data mengenai profil UMKM di desa Galengdowo. Informasi yang dikumpulkan mencakup jenis usaha, target pasar, serta tingkat pengetahuan digital para pelaku UMKM. Data ini sangat penting untuk merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan para peserta. Melalui koordinasi yang baik, para mahasiswa dapat memastikan bahwa pelatihan yang akan diselenggarakan

dapat berjalan dengan lancar dan efektif, serta memberikan manfaat yang maksimal bagi para pelaku UMKM.

2.2 Persiapan Materi Pelatihan

Mempersiapkan materi yang akan ditampilkan pada kegiatan pelatihan *digital marketing* merupakan langkah penting untuk memastikan kelancaran dan efektivitas kegiatan tersebut. Materi pelatihan perlu dirancang dengan cermat agar sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pengetahuan para peserta. Berdasarkan hasil riset dan analisis terhadap profil UMKM di desa Galengdowo, mahasiswa menyusun materi pelatihan yang relevan dan mudah dipahami. Materi pelatihan mencakup berbagai aspek penting dalam *digital marketing*, seperti dasar-dasar pemasaran digital, strategi penggunaan media sosial, serta teknik promosi di *platform e-commerce*. Selain itu, materi pelatihan juga dilengkapi dengan contoh-contoh praktis dan studi kasus yang relevan dengan situasi dan kondisi para pelaku UMKM di desa Galengdowo. Dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan tingkat literasi para peserta, mahasiswa berupaya memastikan bahwa setiap peserta dapat memahami dan menerapkan ilmu yang diperoleh dengan baik. Persiapan materi yang baik akan membantu para peserta untuk lebih mudah menyerap informasi dan meningkatkan keterampilan mereka dalam *digital marketing*.

2.3 Pelaksanaan Pelatihan Digitalisasi UMKM

Pelaksanaan kegiatan pelatihan digitalisasi UMKM menggunakan *platform* Shopee dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Shopee dipilih sebagai *platform* utama dalam pelatihan ini karena popularitasnya yang tinggi di Indonesia dan kemudahan penggunaannya. Pelatihan dimulai dengan penjelasan mengenai pentingnya *digital marketing* bagi perkembangan bisnis UMKM. Dalam sesi ini, mahasiswa menjelaskan bagaimana *digital marketing* dapat membantu meningkatkan promosi produk, menjangkau lebih banyak konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Selain itu, dijelaskan pula bagaimana

pelaku UMKM dapat menentukan harga yang tepat untuk produk mereka sehingga dapat bersaing di pasar digital dan memperoleh keuntungan yang maksimal.

2.4 Penjelasan dan Praktik Penggunaan Shopee

Langkah pertama dalam praktik ini adalah pembuatan akun Shopee. Mahasiswa menunjukkan kepada para peserta proses pembuatan akun, termasuk mengisi data pribadi, verifikasi akun, dan pengaturan keamanan. Setelah akun berhasil dibuat, langkah berikutnya adalah pembuatan toko *online* di Shopee. Dalam sesi ini, para peserta diajarkan cara mengisi profil toko, mengunggah produk, mengatur harga dan ongkos kirim, serta melakukan pengaturan toko lainnya. Selanjutnya, para mahasiswa menjelaskan berbagai strategi untuk mempromosikan produk di media sosial. Para peserta diberikan pengetahuan mengenai cara menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk meningkatkan visibilitas produk mereka dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Melalui sesi praktik ini, para peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka.

2.5 Sesi Diskusi dan Tanya Jawab

Setelah sesi penjelasan dan praktik, diadakan sesi diskusi dan tanya jawab. Para peserta diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai materi yang telah disampaikan dan berdiskusi dengan para mahasiswa. Sesi ini sangat penting untuk mengevaluasi pemahaman para peserta mengenai materi yang telah disampaikan dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk bertukar pikiran. Melalui sesi diskusi dan tanya jawab, para peserta dapat mengajukan pertanyaan mengenai hal-hal yang masih belum mereka pahami atau ingin mereka ketahui lebih lanjut. Mahasiswa menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan jelas dan memberikan penjelasan tambahan jika diperlukan. Selain itu, sesi ini juga menjadi forum bagi para peserta untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha mereka. Dengan demikian, sesi diskusi dan tanya jawab tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta, tetapi

juga memperkaya pengetahuan dan wawasan mereka.

2.6 Penutupan dan Sesi Foto Bersama

Sebagai penutup dari kegiatan pelatihan *digital marketing* ini, diadakan sesi foto bersama para peserta. Antusiasme terpancar dari wajah para peserta, merefleksikan semangat baru mereka dalam mengadopsi teknologi digital untuk memajukan usaha. Momen foto bersama ini bukan sekadar dokumentasi biasa, tetapi juga menjadi simbol kebersamaan dan komitmen para peserta untuk terus belajar dan berkembang di era digital. Foto bersama ini juga menjadi pengingat akan pengalaman berharga yang telah mereka dapatkan selama pelatihan. Lebih dari itu, foto bersama ini merupakan bukti nyata dari kontribusi para mahasiswa dalam memberdayakan UMKM di desa Galengdowo. Melalui pelatihan ini, para mahasiswa telah membuka peluang baru bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing dan mengembangkan usaha mereka. Metode pelaksanaan yang komprehensif ini dirancang untuk memastikan bahwa para pelaku UMKM di Desa Galengdowo dapat memahami dan menerapkan strategi *digital marketing* dengan baik. Dengan demikian, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan daya saing dan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

3. PEMBAHASAN DAN MANFAAT

Berdasarkan kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan tema "Penerapan *Digital marketing* sebagai Strategi Pemasaran UMKM," yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur dari program studi Teknik Kimia semester 6, hasil yang dicapai dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan. Laporan ini memuat detail penting terkait kegiatan, termasuk tujuan, metode, hasil, dan dampak yang ditimbulkan.

3.1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

3.1.1 Koordinasi dengan Mitra

Untuk memastikan kelancaran kegiatan Pengabdian Masyarakat mengenai penerapan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran

UMKM di Desa Galengdowo, koordinasi yang erat dengan mitra terkait sangat penting. Hal ini meliputi penyusunan jadwal kegiatan, pemilihan lokasi dan waktu yang tepat, serta penetapan peserta kegiatan. Koordinasi awal ini sangatlah penting untuk menentukan lokasi, hari, dan jam yang optimal demi memaksimalkan efektivitas pemberian materi pelatihan dan memastikannya tepat sasaran. Dengan demikian, para peserta UMKM dapat memperoleh manfaat yang maksimal dari kegiatan ini.

3.1.2 Pelatihan dan Sosialisasi

Pelatihan dan sosialisasi mengenai penerapan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran UMKM telah dipersiapkan dengan baik pada tanggal 28 Mei 2024. Persiapan komprehensif ini meliputi penyusunan materi pelatihan yang informatif dan menarik, penyiapan sambutan oleh ketua pelaksana, penataan display produk UMKM sebagai contoh nyata, distribusi undangan kepada peserta terpilih, dan penyediaan konsumsi bagi para peserta.

3.1.3 Pelaksanaan Pelatihan

Pada tanggal 29 Mei 2024, bertempat di balai desa Galengdowo, tim Pengabdian Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur dari program studi Teknik Kimia melaksanakan kegiatan pelatihan digitalisasi UMKM dengan antusias yang tinggi. Pelatihan ini diikuti oleh kurang lebih 20 peserta yang berasal dari berbagai pelaku usaha UMKM di wilayah tersebut. Setelah penyampaian materi yang komprehensif dan informatif, acara dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang interaktif, memberikan kesempatan bagi para peserta untuk menggali lebih dalam terkait strategi *digital marketing* dan bertukar pengalaman untuk menambah wawasan mengenai pemasaran secara *online*.

3.1.4 Penutupan dan Dokumentasi

Kegiatan pengabdian ditutup dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari tim pelaksana kepada para peserta yang hadir. Tim pelaksana berharap bahwa pelatihan *digital marketing* yang telah diberikan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi kemajuan usaha UMKM di masa depan. Sesi foto bersama menjadi momen tersendiri untuk mengabadikan kebersamaan dan semangat

kolaborasi yang terjalin selama kegiatan pengabdian. Kegiatan pelatihan ini berakhir pada pukul 11.00 WIB, dan harapannya dapat membawa semangat dan pengetahuan baru untuk meningkatkan kemajuan UMKM di berbagai bidang.

3.2 Solusi dan Luaran yang Dicapai

3.2.1 Penerapan *Digital marketing* sebagai Solusi Inovatif

Sebagai upaya untuk memaksimalkan kegiatan promosi dan meningkatkan daya saing di era digital, pelatihan pemanfaatan *digital marketing* untuk UMKM ini hadir sebagai solusi inovatif dalam memberdayakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pelatihan ini fokus pada penyampaian pengetahuan dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan *platform* digital untuk mempromosikan produk dan layanan secara efektif. Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM di Desa Galengdowo.

- Peningkatan Ekonomi Lokal: Dengan meningkatnya daya saing UMKM, kegiatan ini dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal dan penciptaan lapangan kerja.
- Adaptasi di Era Digital: UMKM memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan bersaing di era digital, sehingga meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha yang dijalankan.
- Pemahaman Teknologi Digital: Masyarakat di Desa Galengdowo akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha dan kegiatan ekonomi lainnya.

3.2.2 Tutorial Pembuatan Akun Shopee

Memperluas jangkauan pemasaran menjadi kunci utama bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usahanya. Memahami pentingnya hal ini, Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat mengambil langkah strategis dengan memberikan tutorial pembuatan akun Shopee kepada para pelaku UMKM. Sebagai *platform e-commerce* yang populer di Indonesia, Shopee menawarkan peluang emas untuk menjangkau

target pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

- a. Akses Mudah ke *Platform E-commerce*: Pembuatan akun Shopee bagi para pelaku UMKM membuka gerbang peluang baru untuk memasarkan produk mereka secara *online*. *Platform e-commerce* ini menyediakan akses kepada para UMKM untuk menjangkau target pasar yang lebih luas di seluruh Indonesia, bahkan hingga mancanegara. Dengan jangkauan pasar yang lebih luas, potensi peningkatan penjualan produk UMKM pun semakin terbuka.
- b. Edukasi dan Pendampingan: Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat berkomitmen untuk memberdayakan para pelaku UMKM dengan memberikan edukasi dan pendampingan dalam memanfaatkan *platform* digital seperti Shopee. Tutorial pembuatan akun Shopee dan edukasi terkait pemanfaatan *platform* tersebut diharapkan dapat membantu para UMKM dalam mengembangkan usaha mereka dan mencapai kesuksesan di era digital.

3.3 Dampak yang Diharapkan

Pelatihan dan pendampingan yang diberikan dalam kegiatan ini diharapkan memberikan dampak yang signifikan bagi para pelaku UMKM di Desa Galengdowo. Berikut adalah beberapa dampak yang diharapkan dari kegiatan ini:

- a. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Para peserta diharapkan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam memanfaatkan *digital marketing* untuk mempromosikan produk mereka. Ini akan membantu mereka dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan mencapai target pasar yang lebih luas.
- b. Peningkatan Daya Saing: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang *digital marketing*, UMKM di Desa Galengdowo diharapkan mampu bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Ini akan membantu mereka dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka.

- c. Pengembangan Usaha yang Berkelanjutan: Dengan akses yang lebih baik ke *platform e-commerce* dan pengetahuan tentang strategi *digital marketing*, UMKM diharapkan dapat mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan. Ini akan membantu mereka dalam mencapai pertumbuhan yang lebih baik dan menciptakan lapangan kerja di tingkat lokal.
- d. Peningkatan Ekonomi Lokal: Dengan berkembangnya UMKM di Desa Galengdowo, diharapkan akan terjadi peningkatan ekonomi lokal. Ini akan membantu dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa tersebut



Gambar 1. Pemaparan Materi Digitalisasi UMKM

Adapun luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat "Pelatihan Digitalisasi UMKM" berupa jurnal pengabdian dan laporan akhir Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

4. KESIMPULAN

Pelatihan *digital marketing* dengan Shopee hadir sebagai solusi inovatif untuk memberdayakan UMKM di desa Galengdowo. Desa ini, yang sebelumnya terkekang oleh ketergantungan pada pengepul dan jangkauan pasar yang terbatas, kini memiliki kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan melalui *platform online*. *Digital marketing* memungkinkan UMKM untuk memasarkan produk mereka secara langsung kepada konsumen, tanpa harus melalui pengepul. Hal ini membantu mengurangi ketergantungan pada pengepul dan

meningkatkan profitabilitas usaha. Selain itu, *platform online* membantu meningkatkan visibilitas produk secara nasional atau bahkan internasional, sehingga produk UMKM desa Galengdowo dapat dikenal dan dijangkau oleh lebih banyak konsumen. Diharapkan bahwa pelatihan *digital marketing* ini akan memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan ekonomi lokal. Dengan meningkatnya pendapatan UMKM, desa Galengdowo berpotensi mengalami pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Pelatihan ini juga memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini akan memberdayakan mereka untuk mengembangkan usaha mereka secara mandiri dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi desa Galengdowo secara keseluruhan. Pelatihan *digital marketing* dengan Shopee menawarkan peluang yang berpotensi besar bagi UMKM desa Galengdowo untuk mengubah paradigma bisnis mereka. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan akses pasar, mengoptimalkan pendapatan mereka, dan mencapai kesuksesan di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Tanpa dukungan dan bantuan mereka, pelaksanaan program kerja di Desa Galengdowo tidak akan berjalan dengan lancar dan sukses. Dengan rasa syukur dan penghargaan yang tinggi, kami berharap kerja sama yang baik ini dapat terus terjalin di masa mendatang dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi seluruh pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Munawarah, Sujono, Al Ghozali, M., Khusnul Hakim, A., Mufarrohah, L., 2023. Pengoptimalan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Sumberagung melalui Platform Shopee. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, 2774–6755.
- Fitria, L., Nawawi, Z.M., 2023. Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Shopee dalam Meningkatkan Penjualan Hyunbina Collection. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 3.
- Hanim, L., Noorman, M., 2018. *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*, 1st ed. UNISSULA PRESS, Semarang.
- Maulidah, F.L., Oktafia, R., 2020. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampaknya Bagi Kesejahteraan Masyarakat di Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, 571–581. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1211>
- Nursanty, E., Dasilva, T.M.F.B., Ambarwati, R., Fatarina, E., Zhafira, F.I., 2023. Sosialisasi Pengembangan UMKM untuk Menumbuhkan Potensi Kewirausahaan di Kelurahan Wonoplumbon Kec Mijen Kota Semarang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, 3307–3316.
- Purwana, D., Rahmi, R., Aditya, S., 2017. Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1, 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Sifwah, M.A., Nikhal, Z.Z., Dewi, A.P., Nurcahyani, N., Latifah, R., 2024. Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, 109–118.
- Vinatra, S., 2023. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik* 1, 1–8. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Widayani, A., Astuti, E.S., Saifi, M., 2020. Competence and Readiness of Small and Medium Industries Against of Industrial Revolution 4.0, in: *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/485/1/012114>