



Transformasi Digital UMKM Kue Kering melalui Pemanfaatan Marketplace di Kabupaten Sampang

Laily Nur Aini^{1*}, Septian Eko Haryansyah², Hanim Muntaha³

^{1,2,3}Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang, Indonesia

Korespondensi: laily.cahaya77@gmail.com

Abstract. *The Community Service (PKM) activity titled “Digital Transformation of Cookie MSMEs through Marketplace Utilization in Sampang Regency” aims to enhance the capacity of cookie MSME operators to utilize digital technology as an effective and sustainable marketing tool. Key challenges faced by the partners included low digital literacy, limited skills in operating marketplace platforms, and a reliance on conventional marketing methods, resulting in suboptimal market reach. The activity was conducted through stages comprising outreach, training, hands-on practice, and intensive mentoring covering everything from account creation, online store management, and product catalog preparation to promotional strategies on marketplace platforms. The results indicate an improvement in participants' knowledge and skills regarding digital marketing management and market access expansion, as well as increased confidence in using technology. Through this program, these MSMEs are expected to enhance their competitiveness, expand their market share, and drive sales growth and business development in the digital era.*

Keywords: *Digital Transformation, Cookie MSMEs, Marketplace, Sampang Regency*

Abstrak. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul “Transformasi Digital UMKM Kue Kering melalui Pemanfaatan Marketplace di Kabupaten Sampang” bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif dan berkelanjutan. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan kemampuan dalam mengoperasikan marketplace, serta pemasaran produk yang masih mengandalkan metode konvensional sehingga jangkauan pasar belum optimal. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan intensif mengenai pembuatan akun, pengelolaan toko online, penyusunan katalog produk, hingga strategi promosi pada platform marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola pemasaran digital, memperluas akses pasar, serta meningkatkan kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi. Melalui program ini, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mendorong peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha di era digital.

Kata Kunci: Transformasi Digital, UMKM Kue Kering, Marketplace, Kabupaten Sampang

1. LATAR BELAKANG

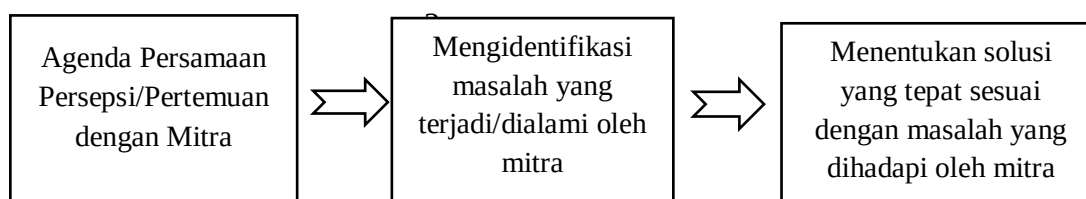
Kue kering merupakan makanan ringan yang dijadikan pilihan dan camilan masyarakat saat kapanpun dan dimanapun. Dengan kemasan dan daya tahan yang cukup lama membuat kue kering banyak diminati masyarakat luas baik anak-anak, dewasa, maupun lansia. Dengan banyaknya minat dan kebutuhan masyarakat membuat produk rumahan seperti kue kering ini menjadi potensi usaha rumahan yang cukup menjanjikan. Peluang usaha ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan yang patut dipertimbangkan. Selain mudah dan dapat dibuat sebagai usaha rumahan sampingan, usaha ini juga dapat memberikan keuntungan dikala hari-hari besar menjelang. Seperti pada saat Hari Raya Idul Fitri, Hari Natal, dan hari-hari besar lainnya. Bisa juga digunakan sebagai hampers, camilan, dan oleh-oleh. Namun, setiap usaha pasti memiliki daya saing sendiri.

Hal pertama yang selalu menjadi daya tarik konsumen yaitu kemasan. Dengan kemasan yang menarik, rapi dan kekinian akan mudah dilirik oleh konsumen. Apalagi ditengah era yang selalu berkembang hendaknya pelaku UMKM bisa memanfaatkan digital marketing sebagai ajang pemasaran produknya. Digital Marketing merupakan salah satu media pemasaran yang cukup efisien karena memanfaatkan media sosial dan perangkat digital lainnya sebagai alat dalam pemasarannya. Menurut Wardhana, 2018 UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommercenya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut.

Permasalahan utama yang berhasil diidentifikasi adalah minimnya pemanfaatan transformasi digital dalam operasional UMKM, terutama dalam hal pemasaran dan perluasan jaringan pelanggan. Kurangnya literasi digital, tidak adanya kehadiran pada platform digital seperti Google Maps, Grab Merchant, serta media sosial merupakan hambatan yang konkret. Definisi permasalahan dalam kegiatan pengabdian ini merujuk pada kesenjangan antara potensi bisnis dan kemampuan teknologi yang dimiliki pemilik usaha. Asumsinya, Ketika UMKM diberikan pendampingan dalam inovasi digital, mereka dapat meningkatkan visibilitas, kepercayaan pelanggan, dan daya saing pasar. Lingkup permasalahan dibatasi pada peningkatan inovasi digital melalui tiga aspek: pendaftaran UMKM pada Google Maps, integrasi dengan Grab Merchant, dan optimalisasi akun Instagram sebagai media promosi.

2. METODE PENELITIAN

Dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat yang bertemakan “Transformasi Digital UMKM Kue Kering melalui Pemanfaatan Marketplace di Kabupaten Sampang” di rancang menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas . kegiatan ini mengadopsi model edukasi yang komprehensif dengan mengintegrasikan metode ceramah, diskusi interaktif dan demonstrasi praktis. Tahap pertama dari pelaksanaan program pengabdian kepada Masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan. Adapun prosedur Pengabdian kepada Masyarakat sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Kegiatan PKM

Sumber: Diolah Tim, 2026

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 25 Juni 2026 bertempat di Umkm Mekar Catering pada pukul 09.30 WIB sampai pukul 11.30 WIB. Kegiatan ini diikuti oleh mahasiswa program studi S1 Agribisnis sebanyak 2 orang. Kegiatan ini juga diikuti oleh pelaku usaha dan beberapa karyawan pelaku usaha. Kegiatan ini meliputi pemaparan materi, diskusi dan konsultasi

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Transformasi Digital UMKM Kue Kering melalui Pemanfaatan Marketplace di Kabupaten Sampang” telah dilaksanakan di UMKM Mekar Catering Kota Sampang sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Kegiatan ini diikuti oleh owner dan karyawan dari Mekar Catering bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta kesadaran mengenai pentingnya teknologi digital dan marketplace. Permasalahan utama yang menjadi fokus kegiatan ini adalah keterbatasan dalam pemasaran produk yang disebabkan rendahnya pemanfaatan teknologi digital, kurangnya pengetahuan pelaku usaha mengenai marketplace, serta masih bergantung pada pemasaran konvensional sehingga jangkauan pasar dan peningkatan penjualan belum optimal.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pemberian materi mengenai konsep peningkatan jumlah omset dan pendapatan, faktor-faktor pemasaran produk, pemanfaatan teknologi digital, pemanfaatan sosial media dan marketplace sehingga jangkauan pasar dan peningkatan penjualan semakin luas dan meningkat. Materi disampaikan menggunakan metode ceramah

interaktif yang dikombinasikan dengan diskusi dan tanya jawab sehingga peserta dapat memahami materi dengan lebih mudah. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan aktif mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman terkait penggunaan media sosial dan marketplace. Selanjutnya, peserta diberikan edukasi mengenai berbagai cara daftar akun di sosial media dan market place, dampak yang dapat ditimbulkan terhadap peningkatan penjualan, serta langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mendaftar marketplace. Dalam sesi ini, peserta diajak untuk memahami pentingnya membalas pesan dengan baik di media sosial, meningkatkan followers terhadap akun pengguna media digital, serta mengembangkan kemampuan untuk meningkatkan penjualan secara positif. Selain penyampaian materi, dilakukan pula praktik sederhana cara mengelola media sosial dan marketplace melalui hp admin dan owner Mekar Catering.



Gambar 1. Sesi Foto Bersama Setelah Diskusi Dan Tanya Jawab
Sumber: Dokumentasi Media UNT, 2026

Peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan teknik tersebut secara langsung sebagai salah satu strategi coping yang dapat digunakan ketika menghadapi masa digitalisasi seperti sekarang. Berdasarkan hasil evaluasi selama kegiatan berlangsung, terjadi peningkatan pemahaman owner mengenai konsep Media sosial dan marketplace dalam peningkatan penjualan. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pemilik usaha dan para karyawan mengenai pentingnya Media sosial dan marketplace. Dengan adanya edukasi ini diharapkan peserta mampu menerapkan strategi Media sosial dan marketplace dalam penjualan setiap harinya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Transformasi Digital UMKM Kue Kering melalui Pemanfaatan Marketplace di Kabupaten Sampang. Kegiatan pengabdian ini disambut baik oleh pemilik usaha dan karyawan Catering Mekar . Secara eksplisit, kegiatan PKM ini memberikan tambahan pengetahuan (mendapatkan penjelasan teoritis) dan referensi pengalaman (mendapatkan penjelasan praktis dari mitra PKM) kepada para peserta yang sudah tidak lepas dari teknologi. Sosialisasi ini memberikan bekal kepada pemilik usaha tentang Transformasi Digital melalui Pemanfaatan Marketplace saat ini dan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan marketplace untuk meningkatkan omset, sehingga dengan adanya pengabdian ini diharapkan agar pelaku usaha dibekali pengetahuan pemahaman kepada pemilik usaha tentang akan kesadaran pentingnya pemanfaatan marketplace. Melalui pengabdian ini dapat mengembangkan pengetahuan pemilik usaha bahwa teknologi informasi yang selalu berkembang di setiap zaman juga harus mengembangkan informasi terkait digitalisasi seperti halnya pemanfaatan marketplace di era digital yang memiliki banyak manfaat untuk pengembangan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pemilik usaha dan karyawan Catering Mekar karena telah mengizinkan dan membantu dalam proses pelaksanaan pengabdian masyarakat serta memberikan fasilitas yang mendukung kepada kami sehingga dapat terlaksananya kegiatan PKM ini dengan lancar. Kedua Penulis mengucapkan terimakasih bagi Rektor dan LPPM Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang yang telah mendukung atas pengabdian masyarakat ini serta mahasiswa yang terlibat dalam pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR REFERENSI

- Bahari, A., Mulyono, B., Lie, B. W., Marcia, M., Lisitianto, A., Testarosa, M. R., Trisia, N., Ancilla, P., Renata, S. T., Agustiawan, S., Bahari, A., Mulyono, B., Lie, B. W., Marcia, M., Lisitianto, A., Testarosa, R., Trisia, N., Ancilla, P., Renata, S. T., & Agustiawan, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Platform Penjualan Online Terhadap Pengembangan UMKM The Influence of Using Online Sales Platforms on MSME Development. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 283–291. <https://doi.org/10.30595/jppm.v7i2.10959>
- Firadausi, A. R. (2025). Analisis Dampak Kebijakan Digitalisasi UMKM terhadap Kinerja Usaha Mikro : Studi Pada Perusahaan Healthy Jus di Kota Malang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 12380–12387.

- Manurung, L., Widodo, S., & Ningsi, E. H. (2025). The Role of Social Media in Increasing Umkm Sales in the Digital Era of Deli Serdang Regency. *Sinergi International Journal of Management and Business*, 3(3), 181–192.
- Priyono, A., & Moin, A. (2020). Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and ComplexiQ!ty*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Rafieq, M., Pradana, A., Parela, E., & Putra, N. P. (2024). Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia. *JURNAL RELEVANSI: EKONOMI, MANAJEMEN DAN BISNIS*, 8(1), 25–29.
- Rahmawati, E., & A. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan daya saing di era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 223–232. <https://doi.org/https://journal.fe.uns.ac.id/index.php/jmo/article/view/16206>
- Revaldo, S. P. dan M. T. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Kapasitas UMKM Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 54–63.
- Shalsa Dela Nur Septi dan Reiga Ritomiea Ariescy. (2024). Pemanfaatan Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 2250–2255.