PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR
"Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : Eksplorasi Potensi Menjadi Aktualisasi Yang Berdampak Pada Masyarakat"
Vol.4, No.1 tahun 2025
e-ISSN: 3025-1753, halaman 273-280

MENINGKATKAN PEMAHAMAN DALAM PENGGUNAAN PLATFORM *MARKETPLACE* DAN *E-COMMERCE* KEPADA UMKM UKIRAN PATUNG BUDDHA DI DESA KETEWEL

I Made Sudirga[1)], I Made Kariyasa[2)], Iron Kriatiani Bili[3)], Miranda[4)]
[1,2,3,4)] Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: madesudirga@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk memperluas jangkauaan pasaran dan peningkatan penjualan dari UMKM Ukiran Patung Buddha. Program ini melibatkan penyuluhan, pembuatan media promosi dan pemasangan pelang nama baru pada UMKM Ukiran Patung Buddha. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Ketewel, Kecamatan Sukawati, kabupaten Gianyar, Bali, pada tanggal 19 Februari hingga 17 April 2025. Sasaran program ini yaitu Masyarakat Desa Ketewel dan lebih banyak lagi. Hasil kegiatan menunjukan peningkatan pemahaman pemilik usaha UMKM tentang bagaimana luasnya pengaruh media promosi online. Kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang diharapkan dan respon positif oleh bapak Suwena selaku pemilik usaha UMKM. Kegiatan Meningkatkan Pemahaman Dalam Penggunaan Platform Seperti Marketplace Dan E-Commerce kepada bapak Suwena sudah 100% terlaksana.
Kata Kunci: Platform Digital, Marketplace, E-Commerce

ANALISIS SITUASI

Desa Ketewel adalah salah satu Desa yang berada pada Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali. Desa Ketewel memiliki wilayah seluas 6,75 km2 yang terdiri dari 2.598 KK dengan jumlah penduduk sebanyak 10.667 jiwa. Secara geografis, desa ini memiliki wilayah yang membentang sepanjang pantai dengan ketinggian antara 75 hingga 100 meter di atas permukaan laut. Curah hujan rata-rata mencapai 80 mm per tahun, dengan suhu udara berkisar antara 27 hingga 33 derajat Celsius. Desa Ketewel memiliki aliran sungai yang dimanfaatkan untuk irigasi pertanian, sehingga lahan di desa ini subur dan potensial untuk pengembangan sektor pertanian dan perkebunan. Desa Ketewel terbagi menjadi 15 Banjar, yaitu Puseh, Tengah, Pamesan, Pasekan,Kacagan, Keden, Kucupin, Pabean, Gumicik, Manyar, Kubur, Rang kan, Jayakertha, Akta, Luglug. (Desa Ketewel, 2025).

UMKM merupakan usaha yang mampu bertahan di tengah krisis ekonomi yang telah melanda sejak tahun 1997, selain itu UMKM juga menjadi katup penyelamat bagi pemulihan ekonomi bangsa karena kemampuannya yang mampu memberikan

Vol.4, No.1 tahun 2025
e-ISSN: 3025-1753, halaman 273-280

sumbangan yang cukup signifikan pada PDB maupun penyerapan tenaga kerja (Anggraeni 2012). Berbagai upaya untuk menjadikan UMKM sebagai penggerak roda perekonomian masih menghadapi berbagai tantangan terkait dengan keberadaannya yang bersifat income gathering. Usaha yang dijalankan bertujuan untuk menaikkan pendapatan dengan ciri-ciri umum merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi. (Husaseni dan Dewi 2019). Permasalahan lain yang kemudian muncul adalah keterbatasan modal kerja, kapasistas sumberdaya manusia yang sangat rendah dan minimnnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha yang tidak jelas. (Alifah, Aprinaldi dan Tita 2020).

Salah satu mata pencarian dari Masyarakat adalah petani dan berwirausaha. Dalam kegiatan berwirausaha banyak sekali jenis-jenis usaha yang dijalankan oleh Masyarakat di Sukawati. Salah satu kegiatan berwirausaha yang paling banyak ditemui di area Sukawati di Desa Ketewel yaitu UMKM. Berwirausaha merupakan salah satu cara seseorang untuk bekerja dan menitih karir untuk kehidupan mereka di masa yang akan datang. Dengan berwirausaha dapat pula membukakan lapangan pekerjaan baru bagi orang-orang yang membutuhkan atau sedang mencari sebuah pekerjaan, selain itu dapat membantu tugas pemerintah dalam mengurangi pertumbuhan pengangguran di negeri ini.

Semakin berkembangnya jaman semakin banyak terdapat jenis UMKM yang bediri, mulai dari UMKM barang maupun makanan, namun masih banyak UMKM yang jauh dari kata media sosial. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi mempermasalahkan batas jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet, internet menawarkan banyak manfaat bagi UMKM untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu juga internet memberikan manfaat meningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran UKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Hari Purwidiantoro, moch, dkk, (2016). Permasalahan lain yang kemudian muncul adalah keterbatasan modal kerja, kapasistas sumberdaya manusia yang sangat rendah dan minimnnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang secara umum berdampak pada prospek usaha yang tidak jelas. Salah satu masalah dalam perkembangan UMKM yaitu masi kurangnya promosi online.

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada UMKM Ukiran Patung Buddha yang berlokasi di Jl. Kopral Wayan Limbuk, Ketewel, Sukawati, Gianyar. Pemilik UMKM ini masih kurang dalam promosi online dan pemahaman mengenai besar pengaruh promosi online terhadap peningkatan penjualan. Dimana yang menjadi target pasar

Vol.4, No.1 tahun 2025
e-ISSN: 3025-1753, halaman 273-280

dari UMKM ini yaitu seluruh kalangan Masyarakat. Ukiran Patung Buddha merupakan UMKM rumahan yang dirintis oleh Bapak Suwena dan istrinya sejak tahun 2017 dan mempekerjakan karyawan tetap dan *freelance*. Produk yang dihasilkan yaitu Patung Buddha dan masi banyak lagi. Kurangnya promosi dan pemasaran menjadi masalah yang saat ini sedang dihadapi oleh pemilik UMKM.

"Meningkat pemahaman dalam penggunaan *platform* seperti *marketplace* dan *e-commerce* kepada UMKM Ukiran patung Buddha Pak Suwena" merupakan topik yang diangkat pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat. Usaha ukiran patung buddha yang ada di Desa Ketewel yang dikenal dengan Ukiran Patung Buddha Pak Suwena dalam kegiatan pemasarannya produk ujiran patung buddha maupun hasil buatannya masih sangat belum secara optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari kurangnya upaya-upaya pengembangan promosi dan strategi marketing untuk peningkaatan jumlah penjualan dari produk yang dihasilkan. Sebelumnya cara pemasaran dari produk dan hasil pembuatannya dari UMKM ukiran patung buddha ini adalah secara konvensional yaitu dengan memasarkan langsung ke pasar terdekat yang ada di sekitaran Desa Ketewel. Akan tetapi dengan kemajuan teknologi dan informasi seperti sekarang ini, seharusnya usaha ini bisa dipromosikan dan diperjualbelikan melalui berbagai platform di media sosial.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan dan analisis permasalahan yang dihadapi usaha UMKM "Ukiran Patung Buddha Pak Suwena" , maka tim pengabdian masyarakat akan melaksanakan pengabdian di UMKM pembuatan patung buddah khusunya "Ukiran Patung Buddha Pak Suwena" Melalui program yang dirancang bersama ini diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan terkait kurangnya efektivitas pemasaran dari UMKM ukiran patung buddha, sehingga dapat lebih memperkenalkan dan mempromosikan ke luar daerah dengan cakupan pemasaran yang lebih luas.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang kami lakukan di UMKM "Ukiran Patung Buddha pak suwena" dikarekan proses pemasaran dari produk yang masih secara konvensional, sehingga menyebabkan tingkat penjualan yang masih belum optimal dan belum memenuhi target yang direncanakan oleh pemilik. Dengan demikian beberapa permasalahan yang dialami oleh UMKM antara lain:

1. Rendahnya pemahaman oleh pemilik UMKM mengenai luasnya pengaruh media promosi online dan pembuatan media promosi online dalam pemasaran penjualan produk
2. Rendahnya penggunaan digital marketing oleh pemilik UMKM sebagai media promosi online.

Vol.4, No.1 tahun 2025
e-ISSN: 3025-1753, halaman 273-280

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari beberapa masalah yang di alami UMKM "Ukiran Patung Buddha Pak Suwena", solusi yang dapat kami berikan untuk pemecahan permasalahan tersebut antara lain:

1. Memberikan edukasi tentang cara membuat akun, mengunggah produk, dan mengelola toko di platform seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Instagram, Facebook dan Tiktok Di UMKM ukiran patung Buddha Pak Suwena di banjar puseh desa ketewel;
2. Membantu UMKM untuk mendesign dan mencetak papan nama usaha di UMKM ukiran patung Buddha Pak Suwena di banjar puseh desa ketewel.

METODE PELAKSANAAN

Adapun tahapan atau langkah-langkah yang ditempuh guna dalam pelaksanaan program kerja ini, yaitu:

1. Tahap Perencanaan
   Pada tahap ini dilakukan evaluasi yang dilanjutkan dengan perencanaan kegiatan mahasiswa Bersama dengan apparat desa melakukan diskusi terkait dengan permasalahan-permasalahan yang ada di wilayah Desa Ketewel yang nantinya dapat dijadikan sebagai program kerja, dilanjutkan dengan penyusunan program kerja oleh tim penanggung jawab.
2. Tahap Persiapan
   Pada tahap ini merupakan tahapan awal sebelum pelaksanaan kegiatan. Adapun hal yang dilakukan yaitu melakukan observasi ke tempat sasaran dan mengajukan surat permohonan izin pelaksanaan kegiatan, kemudian mulai pembuatan materi untuk penyuluhan dan pemaparan mengenai pembuatan media sosial (instagram), selanjutnya mempersiapkan desain plang papan nama sebagai tambahan program kerja kami.
3. Tahap Pelaksanaan
   Pada tahapan ini yang pertama yaitu melakukan penyuluhan kepada bapak Suwena selaku pemilik UMKM mengenai bagaimana luasnya pengaruh media promosi online bagi peningkatan penjualan dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan media sosial (instagram) yang akan digunakan pemilik UMKM. Kedua yaitu pendampingan pembuatan konten promosi untuk meningkatkan pemasaran yang lebih luas. Ketiga yaitu penyerahan papan nama kepada bapak Suwena di Lokasi UMKM.

Vol.4, No.1 tahun 2025
e-ISSN: 3025-1753, halaman 273-280

4. Tahap Penyelesaian

   Pada tahapan ini, akan dilakukan sesi wawancara kepada bapak Suwena untuk memberikan kesan, pesan dan harapan setelah diadakannya kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dan yang terahir yaitu foto Bersama dengan bapak Suwena sebagai tanda terima telah terlaksanaya program kerja ini.

Dengan pelaksanan kegiatan pengabdian Masyarakat dengan judul Meningkatkan Pemahaman Dalam Penggunaan Platform *Marketplace* Dan *E-Commerce* Kepada UMKM Ukiran Patung Buddha Di Desa Ketewel" tentunya kami mengharapkan adanya peningkatan pemahaman dalam penggunaan platform digital terutama marcetplace dan e-commerce lainnya serta meningkatkan penghasilan dari UMKM.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

1. Ketercapaian Kegitan

Dengan pelaksanan kegiatan pengabdian Masyarakat dengan judul "Meningkatkan pemahaman dalam penggunaan *platform* seperti *marketplace* dan *e-commerce* kepada UMKM Ukiran patung Buddha Pak Suwena di banjar Puseh di Desa Ketewel" tentunya kami mengharapkan sesuai dengan harapan semua pihak. Dimana hasil pendapatan maksimal itu diperoleh dari kerja keras, kerja sama dan kedisiplinan semua pihak.

Kegiatan dilaksanakan oleh tim penanggung jawab program kerja yang dibantu oleh anggota kelompok pengabdian masyarakaat lainnya. Setelah program kerja ini dilaksanakan mulai dari penyuluhan, pendampingan, penyerahan papan nama yang dilaksanakan di rumah produksi mitra UMKM Bapak Suwena. Kegiatan berjalan dengan lancar dan menerima respon yang sangat baik dan positif dari pemilik pelaku usaha. Dengan terlaksananya program pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat membantu meningkatkan usaha UMKM di Desa Ketewel khususnya UMKM milik Bapak Suwena dari Banjar Puseh Desa Ketewel.

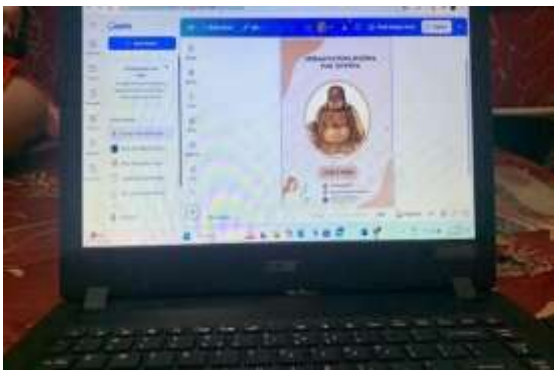
Pelaksanaan realisasi program kerja diawali dengan penyuluhan tentang luasnya pengaruh media promosi online kemudian pembuatan media promosi online seperti Instagram, lalu pembuatan konten promosi dan selanjutnya penyerahan papan nama. Pembuatan papan nama memberikan dampak yang bagus karena dengan adanya papan nama, konsumen dapat dengan mudah mencari lokasi tanpa kebingungan dengan nama usahanya. Selanjutnya kegiatan penyuluhan tentang luasnya media promosi online dan pendampingan pembuatan media promosi online kepada bapak Suwena sudah 100% terlaksana.

Vol.4, No.1 tahun 2025
e-ISSN: 3025-1753, halaman 273-280

Setelah semua program kerja telah terlaksana, kegiatan ini diakhiri dengan foto Bersama dengan bapak Suwena selaku pemilik usaha dan dapat disimpulkan bahwa kegiatan dengan judul "Meningkatkan pemahaman dalam penggunaan platform seperti *marketplace* dan *e-commerce* kepada UMKM Ukiran patung Buddha Pak Suwena di banjar Puseh di desa ketewel" telah berlangsung dengan baik. Berikut dokumentasi saat pelaksanaan kegiatan.

Gambar 1. Penyuluhan pengaruh luasnya media promosi online

Gambar 2. Pembuatan Konten Promosi



Gambar 3. Persiapan Design Papan Nama

Gambar 4. Foto Bersama Pemilik UMKM

2. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi mitra kerja atau Masyarakat sasaran dalam pelaksanaan program kerja:

Vol.4, No.1 tahun 2025
e-ISSN: 3025-1753, halaman 273-280

a. Mitra kerja atau masyarrakat sasaran dapat mengikuti media sosial dan melihat konten promosi yang dibuat untuk UMKM;
b. Mitra kerja atau Masyarakat sasaran dapat melihat papan nama yang terpasang di Toko produksi UMKM.

SIMPULAN DAN SARAN

Media promosi *online* sangatlah berpengaruh besar bagi sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha besar. Dengan adanya media promosi online UMKM dapat menjangkau lebih luas target pemasarannya. Tak hanya itu dengan adanya promosi online semakin banyak Masyarakat yang mengetahui produk yang dijual. Pelaksanaan program kerja pengabdian kepada Masyarakat di Desa Ketewel dengan melakukan penyuluhan dan pembuatan media promosi online pada UMKM Ukiran Patung Buddha Pak Suwena telah terlaksana dengan baik dan sesuai rencana sesuai harapan tim pelaksana. Kegiatan pengabdian ini juga meningkatkan penjual usaha dan dapat dikenal lebih banyak Masyarakat luas. Selanjutnya dengan adanya papan nama baru, konsumen dapat dengan mudah mencari lokasi tanpa kebingungan dengan nama usahanya. Dengan kegiatan penyuluhan dan pendampingan kepada Bapak Suwena, kegiatan tersebut berhasil memberikan dampak yang baik bagi pemilik usaha UMKM Ukiran Patung Buddha. Kegiatan penyuluhan tentang luasnya media promosi online dan pendampingan pembuatan media peomosi online kepada bapak Suwena sudah 100% terlaksana. Berdasarkan Analisa dan studi Pustaka yang dilakukan oleh peneliti dengan keterbatasannya dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran kepada pemilik usaha UMKM diharapkan untuk melanjutkan program-program kerja yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa pengabdian Masyarakat untuk penggunaan media social dan terus membuat konten pada media yang sudah dibuat untuk menjangkau pembeli lebih luas agar dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, Feni D, Hardjanto, Imam, Hayat, Ainul. 2012. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di KelurahanPandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. 6(6): 1286-1295.

Desa Ketewel. (2025). *Profil Desa Dan Kelurahan Yang Diperoleh Di Kantor Desa Ketewel* Pada Tanggal 09 April 2025.

Fidela, afifah, dkk. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu,

Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat Mei 2020,Vol 2 (3) 2020: 493–498 ISSN 2721-897X*.

Hari Purwidiantoro, moch, dkk, (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA Vol. 1 No. 1 Maret 2016*

Husaeni UA, Dewi TK. (2019). Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Anggota BMT di Jawa Barat. *Bongaya Journal for Research in Management*. 2 (1): 48-56.

LPPM. (2025). *Panduan Kuliah Kerja Nyata Tematik Universitas Mahasaraswati Denpasar.*

Nida, D. R. P. P., Adyatma, I. W. C., & Dewi, A. S. S. L. (2022). Pendampingan pelaporan akuntansi berbasis digital dan pemanfaatan e-commerce bagi UMKM. *Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA)*, 3(1), 29-38.

Pradnyadari, N. L. M. A. M., Dewi, N. W. C. S., & Manek, D. (2022). PEMANFAATAN E-COMMERCE, MEDIA SOSIAL, DOMPET DIGITAL PADA UMKM GANDHI'S LAUNDRYMART DI DESA BATUBULAN KANGIN. In *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar* (Vol. 1, No. 1, pp. 495-501).

Sunarsih, N. M., Sari, N. P. M. G., Noviartini, L. K. N., & Nugraha, I. K. R. N. (2023). UPAYA PEMANFAATAN DIGITAL E-COMMERCE PADA BIDANG UMKM DI KELURAHAN ABIANBASE. *Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA)*, 4(2), 122-130.