



Peningkatan Kapasitas Kelompok Home Industri Pandebassi di Desa Pamboborang dalam Penggunaan Digital Marketplace

Riady Ibnu Khaldun^{1*}, Rezky Ramadhan Antuli², Muhammad Sajidin³, Nursafila⁴, Mus Muliadi⁵

^{1*,2,3,4,5}Prodi Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Sulawesi Barat, Majene, Indonesia

Email: ^{1*}riadyibnu@unsulbar.ac.id, ²rezkyramadhanantuli@unsulbar.ac.id,

³muhammadsajidin@unsulbar.ac.id

Abstract

In the current digital era, the ability to leverage technology and online platforms has become a key factor for success across various industries, including home industries. One example is the Pandebassi home industry group in Pamboborang Village, which has enhanced its capacity to use digital marketplaces to promote its products. Pandebassi consists of a group of local artisans in Pamboborang Village. Previously, they faced challenges in marketing their products due to limited market access and a lack of knowledge about how to utilize online platforms. To overcome these challenges, the group decided to improve its capacity in using digital marketplaces. The training helped them understand the basics of online marketing, sales strategies, and product optimization techniques to increase online visibility. With increased income from online sales, the group was able to improve product quality, expand market reach, and empower more members within the group. Additionally, the success of the Pandebassi group in utilizing digital marketplaces is expected to have a positive impact on the local economy in Pamboborang Village. With the growth of their online business activities, more job opportunities are created for the local community, contributing to better economic growth. In conclusion, the capacity enhancement of the Pandebassi home industry group in Pamboborang Village in using digital marketplaces is expected to have a significant impact on local economic development and the welfare of group members. This demonstrates the importance of leveraging technology to develop home industries and expand market access for small and medium-sized enterprises.

Keywords: Digital Marketing for Home Industries, Local Economic Empowerment, Digital Marketplace Optimization.

Abstrak

Di era digital seperti sekarang ini, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan platform online menjadi kunci keberhasilan bagi berbagai industri, termasuk industri rumahan atau home industri. Salah satu contohnya adalah kelompok home industri Pandebassi di Desa Pamboborang yang berupaya meningkatkan kapasitas dalam menggunakan digital marketplace untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan. Pandebassi merupakan kelompok home industri yang terdiri dari sejumlah pengrajin lokal di Desa Pamboborang. Sebelumnya, kelompok ini menghadapi tantangan dalam memasarkan produk-produk yang dihasilkan karena terbatasnya akses pasar dan kurangnya pengetahuan tentang cara memanfaatkan platform online. Untuk mengatasi tantangan ini, kelompok ini memutuskan untuk meningkatkan kapasitas dalam penggunaan digital marketplace. Pelatihan ini membantu memahami dasar-dasar pemasaran online, strategi penjualan, dan teknik optimasi produk untuk meningkatkan visibilitas online. Dengan meningkatnya pendapatan dari penjualan online, kelompok ini dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan memberdayakan lebih banyak anggota dalam kelompok. Selain itu, keberhasilan kelompok Pandebassi dalam memanfaatkan digital marketplace diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal di Desa Pamboborang. Dengan meningkatnya aktivitas usaha online, tercipta lebih banyak peluang kerja bagi masyarakat setempat serta pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Dalam kesimpulannya, peningkatan kapasitas kelompok home industri Pandebassi di Desa Pamboborang dalam penggunaan digital marketplace diharapkan dapat membawa dampak yang signifikan bagi pengembangan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan anggota kelompok. Hal ini menunjukkan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam mengembangkan industri rumahan dan memperluas akses pasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

Kata Kunci: Pemasaran Digital Home Industri, Pemberdayaan Ekonomi Lokal, Optimalisasi Digital Marketplace.

A. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan konsep yang penting dalam konteks pembangunan sosial dan ekonomi di tingkat lokal (Mustafidah *et al.*, 2024). Ini melibatkan upaya untuk memberdayakan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan. Salah satu contoh pengabdian kepada masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kapasitas kelompok home industri, seperti yang dilakukan terhadap Kelompok Home Industri Pandebassi di Desa Pamboborang melalui penggunaan digital marketplace. Analisis situasi ini akan mengeksplorasi konteks sosial, ekonomi, dan teknologi yang mempengaruhi upaya pengabdian kepada masyarakat ini (Asnusa *et al.*, 2022).

Desa Pamboborang merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene. Penduduknya mayoritas bermata pencaharian sebagai petani, peternak, atau pengrajin lokal (Sulthan & Ardiputra, 2022). Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terjadi perubahan sosial dan ekonomi di desa ini. Globalisasi dan perkembangan teknologi telah membawa perubahan dalam pola konsumsi dan perilaku pasar lokal (Yuliana *et al.*, 2023). Hal ini mempengaruhi kelangsungan hidup industri rumahan seperti home industri Pandebassi. Meskipun desa ini kaya akan sumber daya alam, akses pasar terbatas dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital telah menjadi hambatan bagi pengembangan ekonomi lokal. Sebagian besar penduduk Desa Pamboborang masih bergantung pada sistem pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di pasar lokal atau lewat tengkulak, yang seringkali tidak menguntungkan bagi para produsen lokal (Samiadnyani & Gama, 2023).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh kelompok home industri Pandebassi adalah kurangnya pemahaman tentang penggunaan digital marketplace. Meskipun teknologi digital telah menjadi semakin terjangkau, sebagian besar anggota kelompok ini kurang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk memanfaatkan platform online secara efektif (Febriana, 2022). Tantangan lain mungkin muncul dari kendala aksesibilitas, seperti koneksi internet yang lambat atau tidak stabil di daerah pedesaan (Syam *et al.*, 2023). Selain itu, perubahan paradigma dari pemasaran konvensional ke pemasaran online memerlukan penyesuaian dalam hal strategi pemasaran, manajemen inventaris, dan layanan pelanggan. Ini bisa menjadi tantangan bagi

para pengrajin yang terbiasa dengan cara-cara tradisional dalam menjalankan usaha (Juniawan *et al.*, 2023).

Meskipun ada tantangan, penggunaan digital marketplace juga membawa sejumlah peluang bagi kelompok home industri Pandebassi. Pertama, platform online memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas daripada penjualan langsung. Dengan adanya digital marketplace, produk-produk dari kelompok ini dapat diakses oleh konsumen di seluruh Indonesia bahkan di luar negeri (Susilo *et al.*, 2023). Kedua, digital marketplace menyediakan berbagai fitur dan layanan yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Dari fitur promosi seperti iklan berbayar hingga fitur analisis yang memungkinkan melacak kinerja penjualan, platform online menawarkan alat yang berguna bagi para pengrajin untuk mengembangkan usaha (Parasari *et al.*, 2023).

Dalam konteks ini, upaya pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan untuk meningkatkan kapasitas kelompok home industri Pandebassi sangat relevan dan bermanfaat. Dengan memberikan pelatihan dan pendampingan tentang penggunaan digital marketplace, para anggota kelompok dapat memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk berhasil dalam lingkungan usaha online (Mudrifah & Pramuja, 2022). Upaya ini juga dapat membantu meningkatkan inklusi digital di desa tersebut, dengan memberdayakan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Selain itu, dengan memperluas jangkauan pasar melalui digital marketplace, para pengrajin lokal dapat mengurangi ketergantungan pada pasar lokal yang mungkin terbatas dan tidak stabil (Hidayah *s.*, 2023).

Peningkatan kapasitas kelompok home industri Pandebassi di Desa Pamboborang dalam penggunaan digital marketplace merupakan contoh nyata dari upaya pengabdian kepada masyarakat yang relevan dan bermanfaat. Dengan memberdayakan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi digital, langkah ini dapat membantu meningkatkan ekonomi lokal, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat lokal (Mustafidah *et al.*, 2024). Dengan dukungan yang tepat dari berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta, upaya ini dapat menjadi model yang dapat ditiru di berbagai komunitas pedesaan di seluruh Indonesia (Taufiq *et al.*, 2023).

Pengabdian kepada masyarakat merupakan konsep penting dalam pembangunan sosial dan ekonomi di tingkat lokal (Farhan *et al.*, 2023). Dalam konteks ini, peningkatan kapasitas kelompok home industri, seperti Kelompok Home Industri Pandebassi di Desa Pamboborang, melalui penggunaan digital marketplace menjadi fokus utama. Namun, dalam proses ini, berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra harus diidentifikasi dan diatasi untuk memastikan keberhasilan upaya pengabdian kepada masyarakat (Ayem *et al.*, 2024). Adapun beberapa permasalahan mitra adalah sebagai berikut:

1. Permasalahan Teknologi

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh kelompok home industri Pandebassi terkait dengan penggunaan digital marketplace adalah keterbatasan akses dan pemahaman tentang teknologi. Di Desa Pamboborang, koneksi internet mungkin tidak selalu stabil atau bahkan tidak tersedia di beberapa daerah. Hal ini dapat menghambat kemampuan anggota kelompok untuk mengakses platform online secara konsisten dan efektif (Hariyanto & Wahyuni, 2020). Selain itu, sebagian besar anggota kelompok mungkin memiliki keterbatasan dalam pemahaman tentang penggunaan teknologi digital yang menyebabkan tidak terbiasanya dengan penggunaan komputer, smartphone, atau aplikasi online, yang dapat membuat proses pembelajaran tentang digital marketplace menjadi lebih sulit.

2. Permasalahan Pemasaran dan Promosi

Selain masalah teknologi, kelompok home industri Pandebassi juga mungkin menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan promosi produk tersebut di digital marketplace. Membangun kehadiran online yang kuat dan menarik konsumen memerlukan pengetahuan dan keterampilan khusus dalam hal desain grafis, fotografi produk, penulisan deskripsi yang menarik, dan strategi pemasaran online (Danasari *et al.*, 2022). Banyak anggota kelompok mungkin tidak memiliki latar belakang atau pengalaman dalam hal ini, yang dianggap dapat menyulitkan untuk bisa bersaing dengan penjual lain di platform online. Selain itu, persaingan yang ketat di digital marketplace juga dapat membuat sulit bagi kelompok untuk menonjol di antara ribuan produk yang ditawarkan.

3. Permasalahan Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya juga dapat mempengaruhi keberhasilan penggunaan digital marketplace oleh kelompok home industri Pandebassi. Beberapa anggota kelompok mungkin memiliki keyakinan atau nilai-nilai tertentu yang menghambat adopsi teknologi baru atau perubahan dalam menjalankan usaha tersebut. Selain itu,

budaya lokal dan tradisi masyarakat juga dapat mempengaruhi jenis produk yang dipasarkan dan diterima oleh konsumen online. Beberapa produk atau desain mungkin tidak sesuai dengan selera pasar online, yang dapat menghambat upaya kelompok untuk meningkatkan penjualan.

4. Permasalahan Keterbatasan Sumber Daya

Terakhir, permasalahan keterbatasan sumber daya juga perlu dipertimbangkan dalam konteks pengabdian kepada masyarakat ini. Kelompok home industri Pandebassi mungkin memiliki keterbatasan dalam hal modal, tenaga kerja, atau infrastruktur yang dapat membatasi kemampuan kelompok Pandebassi untuk mengembangkan usaha tersebut secara signifikan. Selain itu, upaya untuk meningkatkan kapasitas dalam penggunaan digital marketplace juga membutuhkan investasi waktu, energi, dan sumber daya lainnya. Kelompok ini mungkin tidak memiliki akses atau akses terbatas terhadap pelatihan, bimbingan, atau dukungan yang diperlukan untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan.

Secara keseluruhan, permasalahan yang dihadapi oleh mitra terkait dengan penggunaan digital marketplace oleh kelompok home industri Pandebassi di Desa Pamboborang adalah kompleks dan beragam. Dari permasalahan teknologi hingga manajemen dan logistik, serta aspek sosial dan budaya, semua perlu dipertimbangkan dalam merancang dan melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat yang efektif. Untuk mengatasi permasalahan ini, pendekatan yang holistik dan berkelanjutan diperlukan, melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi non-profit, dan sektor swasta. Dengan dukungan yang tepat, kelompok home industri Pandebassi dan mitra yang dimiliki dapat mengatasi hambatan-hambatan ini dan memanfaatkan potensi penuh dari penggunaan digital marketplace untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial di Desa Pamboborang.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat terkait dengan Peningkatan Kapasitas Penggunaan Digital Marketplace bagi kelompok Home industri Pande Bassi, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Adapun waktu pelaksanaan kegiatan estimasinya dilakukan dalam rentang waktu 6 bulan dari Bulan Maret sampai dengan Bulan September Tahun 2024. Adapun target peserta pada pelaksanaan kegiatan ini berasal dari kelompok Home industri masyarakat desa Pande Bassi untuk mendorong Peningkatan Kapasitas Penggunaan Digital Marketplace diharapkan jumlah peserta yang ikut serta dalam

kegiatan ini ditargetkan berjumlah kurang lebih 50 orang.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan melakukan pemberian materi dan diskusi interaktif (Inayati & Dhanti, 2021). Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan Kapasitas Penggunaan Digital Marketplace bagi kelompok Home industri Pande Bassi, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait dengan peningkatan kapasitas kelompok home industri Pandebassi di Desa Pamboborong dalam penggunaan digital marketplace memerlukan pendekatan yang terstruktur dan terukur untuk mencapai tujuan pengabdian kepada masyarakat (Sidharta *et al.*, 2023). Berikut adalah beberapa metode pelaksanaan kegiatan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan ini:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Tantangan

Langkah pertama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah identifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh kelompok home industri Pandebassi terkait dengan penggunaan digital marketplace. Ini dapat dilakukan melalui survei, wawancara, atau diskusi kelompok untuk memahami secara mendalam masalah yang dihadapi oleh anggota kelompok.

2. Pengembangan Materi Pelatihan

Setelah kebutuhan dan tantangan diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah mengembangkan materi pelatihan yang sesuai. Materi ini harus mencakup berbagai aspek penggunaan digital marketplace, termasuk dasar-dasar teknologi, strategi pemasaran online, manajemen inventaris, dan layanan pelanggan. Materi kegiatan juga harus disesuaikan dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Setelah materi pelatihan dikembangkan, kegiatan pelatihan dapat dilaksanakan. Pelatihan dapat dilakukan dalam bentuk workshop, seminar, atau sesi pelatihan yang interaktif untuk memberikan wawasan dan pengetahuan yang berharga kepada anggota kelompok.

4. Pendampingan dan Bimbingan

Selain pelatihan awal, pendampingan dan bimbingan jangka panjang juga diperlukan untuk membantu anggota kelompok mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Pendampingan ini dapat dilakukan

melalui sesi konsultasi individu atau komunikasi online.

5. Evaluasi dan Pemantauan

Selama dan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, evaluasi dan pemantauan terus-menerus diperlukan untuk menilai efektivitas program dan mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan atau penyesuaian. Ini dapat dilakukan melalui survei, wawancara, atau analisis data untuk mengukur dampak program terhadap anggota kelompok dan masyarakat secara keseluruhan.

6. Diseminasi Hasil dan Pembelajaran

Terakhir, penting untuk menyebarkan hasil dan pembelajaran yang diperoleh dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada pihak-pihak terkait, termasuk anggota kelompok, pemangku kepentingan lokal, dan masyarakat umum. Ini dapat dilakukan melalui seminar, konferensi, publikasi ilmiah, atau media sosial untuk mempromosikan keberhasilan program dan memperluas dampaknya.

Dengan menerapkan metode-metode ini secara sistematis dan terarah, dapat diharapkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan kapasitas kelompok home industri Pandebassi di Desa Pamboborong dalam penggunaan digital marketplace akan berhasil mencapai tujuan yang diharapkan dan memberikan manfaat yang signifikan bagi anggota kelompok dan masyarakat lokal secara keseluruhan (Riptiono, 2023).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pamboborong, khususnya pada kelompok home industri Pandebassi, memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kapasitas kelompok dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama platform marketplace. Sebelum kegiatan dimulai, anggota kelompok menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk-produk yang dihasilkan (Pujiantoro & Mohammad Rofiuddin, 2022). Produk kerajinan tangan lokal yang dibuat memiliki kualitas yang baik dan keunikan tersendiri, namun akses pasar yang terbatas menyebabkan produk-produk ini sulit mencapai konsumen di luar desa. Kondisi ini diperburuk oleh minimnya pengetahuan mengenai pemasaran digital, yang pada dasarnya bisa menjadi solusi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Setelah pelaksanaan pelatihan yang diselenggarakan selama beberapa minggu, terlihat perkembangan signifikan dalam berbagai aspek, terutama dalam hal pengetahuan dan keterampilan

anggota kelompok. Peserta yang sebelumnya belum mengenal platform marketplace secara detail kini mulai memahami dasar-dasar penggunaan marketplace seperti Instagram, Facebook, Shopee, Tiktok, dan lainnya. Selain itu, diajarkan juga mengenai teknik optimasi produk, seperti cara mengambil foto produk yang menarik, menulis deskripsi produk yang detail dan persuasif, serta strategi penetapan harga yang kompetitif agar dapat bersaing dengan produk-produk serupa di pasar digital. Peningkatan pemahaman ini terlihat dari kemampuan peserta dalam membuat akun di platform digital serta mengelola toko online secara mandiri. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Pemateri memberikan penjelasan

Peran media sosial dalam mendukung pemasaran produk lokal Desa Pamboborang sangatlah penting, terutama dalam pelatihan ini. Peserta tidak hanya mendapatkan pelatihan teknis tentang pembuatan produk, tetapi juga diajarkan tentang strategi digital yang relevan, termasuk pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook sebagai alat promosi utama (Suleman *et al.*, 2021). Media sosial memberikan peluang bagi peserta untuk berinteraksi langsung dengan calon pembeli dan memperkuat citra merek produk-produk tersebut, yang pada akhirnya membantu menciptakan identitas unik yang membedakan produk dari pesaing (Rico Elhando Badri *et al.*, 2022). *Platform-platform* ini memungkinkan distribusi informasi yang cepat dan mudah dengan biaya yang relatif rendah, menjangkau audiens lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Peserta juga diajarkan cara menyusun konten menarik, seperti foto berkualitas tinggi, cerita di balik pembuatan produk, serta testimoni pelanggan (Riady Ibnu Khaldun *et al.*, 2024). Hal ini menciptakan keterlibatan emosional yang lebih

kuat dengan konsumen dan membantu membangun hubungan yang lebih personal. Dengan berbagai cerita unik di balik produk Pandebassi, media sosial menjadi jembatan untuk memperkenalkan nilai dan kualitas yang ada pada produk lokal tersebut. Selain itu, keterampilan menggunakan media sosial secara efektif memberikan fleksibilitas bagi peserta dalam memperbarui konten promosi sesuai dengan tren dan minat pasar. dapat melakukan promosi secara mandiri kapan saja, yang menjadikan produk tersebut tetap relevan dan dapat bersaing di era digital. Hal ini sangat menguntungkan terutama bagi usaha kecil yang belum memiliki akses ke platform e-commerce besar. Dengan peningkatan keterampilan digital ini, diharapkan produk kerajinan dari Desa Pamboborang dapat menjangkau konsumen lebih luas, sehingga meningkatkan potensi penjualan dan membantu perekonomian lokal berkembang lebih pesat.

Selain peningkatan penjualan, harapan pada dampak positif lainnya adalah adanya perbaikan dalam kualitas produk yang dihasilkan. Meningkatnya permintaan pasar, terutama dari konsumen yang lebih luas, mendorong anggota kelompok untuk meningkatkan standar kualitas produk. Berbagai inovasi dilakukan dalam hal desain, bahan baku, dan penyelesaian akhir produk untuk memastikan bahwa produk yang dijual di marketplace memenuhi ekspektasi konsumen. Upaya untuk meningkatkan kualitas ini tidak hanya ditujukan untuk menjaga kepuasan pelanggan tetapi juga untuk membangun reputasi yang baik di marketplace. Dalam jangka panjang, reputasi yang baik akan membantu memperkuat posisi kelompok home industri Pandebassi di pasar digital sehingga dapat bersaing dengan produsen lain yang lebih besar. Selain dampak langsung pada penjualan dan kualitas produk, pelatihan ini juga membantu memperluas jaringan usaha kelompok Pandebassi. Setelah memanfaatkan marketplace, diharapkan beberapa anggota kelompok mulai menerima tawaran kerjasama dari pelaku usaha lain, seperti distributor. Hal ini membuka peluang baru bagi kelompok home industri dalam memperluas skala produksi dan meningkatkan volume penjualan. Diharapkan dengan adanya pengalaman bekerja dengan mitra usaha juga memperkaya wawasan usaha para pengrajin tentang manajemen produksi, logistik, dan negosiasi harga.

Meskipun demikian, keberhasilan pelatihan ini juga menghadapi beberapa tantangan yang perlu diperhatikan dalam jangka panjang. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh kelompok ini adalah infrastruktur internet di Desa Pamboborang yang belum merata. Keterbatasan akses internet menjadi kendala bagi beberapa anggota kelompok dalam menjalankan toko online secara konsisten. Di beberapa daerah, sinyal internet yang lemah menyulitkan pengrajin untuk memperbarui produk

di marketplace atau berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. Oleh karena itu, perbaikan infrastruktur teknologi di desa ini menjadi prioritas penting untuk memastikan bahwa seluruh anggota kelompok dapat memaksimalkan hasil pelatihan dan menjalankan usaha online tanpa hambatan. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 2. Pemateri menjelaskan tentang Penggunaan Marketplace

Selain tantangan infrastruktur, keterbatasan pengetahuan dalam hal manajemen keuangan juga menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh kelompok Pandebassi. Meskipun berhasil meningkatkan penjualan, beberapa anggota kelompok melaporkan kesulitan dalam mengelola keuangan usaha, terutama dalam hal pencatatan arus kas dan pengelolaan modal. Manajemen keuangan yang buruk dapat menyebabkan masalah dalam jangka panjang, seperti kesulitan dalam mengatur produksi, pembayaran bahan baku, serta alokasi keuntungan untuk pengembangan usaha. Oleh karena itu, pelatihan lanjutan yang berfokus pada manajemen keuangan digital sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan usaha kelompok ini.

Seiring dengan peningkatan penjualan dan jaringan usaha, kelompok Pandebassi juga menghadapi tantangan dalam hal branding dan diferensiasi produk. Di marketplace, persaingan sangat ketat, dengan ribuan produk serupa yang ditawarkan oleh berbagai produsen. Untuk dapat bersaing, kelompok ini perlu memperkuat branding agar produk yang ditawarkan dapat menonjol di pasar. Branding yang kuat dapat dibangun melalui kualitas produk yang konsisten, desain kemasan yang menarik, serta cerita di balik produk yang dapat menarik perhatian konsumen. Sebagai contoh, menceritakan proses pembuatan produk

secara manual oleh pengrajin lokal, atau menekankan aspek keberlanjutan dalam penggunaan bahan baku, bisa menjadi salah satu cara untuk menarik konsumen yang peduli terhadap nilai-nilai tersebut.

Selain *branding*, kemampuan untuk menganalisis data penjualan juga menjadi kunci penting dalam pengembangan strategi pemasaran ke depan. Dengan menganalisis tren penjualan, kelompok Pandebassi dapat mengetahui produk mana yang paling diminati oleh konsumen, kapan waktu terbaik untuk melakukan promosi, dan bagaimana menyesuaikan stok produk dengan permintaan pasar. Kemampuan ini akan sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi usaha dan memastikan bahwa kelompok ini tetap relevan di pasar yang dinamis.

Keberhasilan yang dicapai oleh kelompok Pandebassi melalui pemanfaatan digital marketplace memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian lokal di Desa Pamboborang. Dengan meningkatnya pendapatan yang diperoleh melalui penjualan online, anggota kelompok dapat meningkatkan taraf hidup baik dari segi ekonomi maupun kesejahteraan sosial. Pendapatan tambahan memungkinkan investasi kembali keuntungan dalam usaha, seperti meningkatkan kapasitas produksi, membeli bahan baku yang lebih baik, atau memperbaiki alat produksi yang digunakan. Selain itu, pendapatan yang lebih stabil juga memberikan rasa aman finansial bagi para pengrajin yang sebelumnya sangat bergantung pada pasar lokal.

Dari sisi sosial, keberhasilan kelompok Pandebassi menjadi contoh yang inspiratif bagi masyarakat desa lainnya. Keberhasilan kelompok ini dalam mengadopsi teknologi digital menunjukkan bahwa bahkan di daerah pedesaan yang terpencil, teknologi dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Semakin banyak kelompok home industri di desa yang mulai tertarik untuk belajar tentang pemasaran digital dan mencoba memanfaatkan marketplace untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Dengan demikian, keberhasilan ini berpotensi menciptakan efek domino yang positif, di mana lebih banyak kelompok industri rumahan di desa mulai memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan usaha.

Namun, untuk menjaga keberlanjutan dari hasil yang telah dicapai, dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak sangat diperlukan. Pemerintah desa, lembaga pengembangan UKM, serta penyedia layanan teknologi dan internet memiliki peran penting dalam mendukung kelompok-kelompok home industri di desa. Pemerintah desa dapat membantu dengan meningkatkan infrastruktur

internet dan memberikan akses yang lebih luas bagi seluruh penduduk desa. Sementara itu, lembaga pengembangan UKM dapat menyediakan pelatihan lanjutan yang fokus pada aspek manajemen usaha dan keuangan, sehingga para pelaku usaha kecil dapat mengelola usaha tersebut secara lebih efisien. Penyedia layanan teknologi juga dapat berperan dengan memberikan edukasi mengenai penggunaan platform marketplace yang lebih baik, serta menyediakan solusi teknologi yang tepat guna bagi para pelaku usaha kecil.

D. PENUTUP

Simpulan

Kesimpulannya, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pamboborang, khususnya pada kelompok home industri Pandebassi, telah membuktikan bahwa pemanfaatan digital marketplace mampu memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial para pengrajin lokal. Peningkatan keterampilan dalam menggunakan platform marketplace, optimasi produk, dan promosi melalui media sosial telah membuka peluang baru bagi kelompok ini untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Namun, keberlanjutan dari keberhasilan ini memerlukan dukungan yang berkelanjutan, baik dari segi infrastruktur maupun pelatihan lanjutan, sehingga kelompok home industri Pandebassi dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal.

Saran

Berdasarkan Kesimpulan dalam laporan pengabdian masyarakat tersebut, maka saran yang diusulkan adalah melakukan penyusunan kegiatan yang berkelanjutan terkait dengan Peningkatan Kapasitas Kelompok Home Industri *Pandebassi* di Desa Pamboborang dalam Penggunaan Digital Marketplace.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pihak seperti Universitas Sulawesi Barat khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memberikan izin termasuk surat tugas untuk melaksanakan kegiatan. Selain itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Mahasiswa Prodi Hubungan Internasional yang telah memberikan kepercayaan kepada pelaksana berupa tugas dan tanggung jawab untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Asnusa, S., Murdiani, T., Putra, A. A., & Rianto, W. (2022). Pemberdayaan Mahasiswa Bisnis Digital Masuk Desa Melalui Pelatihan Marketplace Desa. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 4(02), 113–124. <https://doi.org/10.30873/jppm.v4i02.3061>
- Ayem, S., Wahidah, U., Lada, S., Cahyaning, E. K., Supatman, S., Indraswari, N. M., & Abinowo, A. C. (2024). Digitalisasi Bisnis Sebagai Strategi Pengembangan Usaha pada Pengrajin Kain Tenun Melalui Implementasi Konsep Tri-N di Desa Karangasem, Klaten, Jawa Tengah. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 188. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i1.2439>
- Danasari, I. Fitri, Selvia, S. I., Sari, N. M. W., & Mandalika, E. N. D. (2022). Sosialisasi Pemasaran Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Kelompok Wanita Tani Al-Ummahat Desa Lendang Nangka. *Semnas Kom Universitas Mataram*, 4(1), 401–407.
- Farhan, F., Ba'aly, A., Ardiyansah, A. R., & Muhammad F. D. (2023). Pelatihan Manajemen Perpustakaan Desa Bagi Pemuda Karang Taruna Desa Binor Paiton Probolinggo. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 205–213. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v3i2.2141>
- Febriana, F. (2022). Pemanfaatan Marketplace Bagi Pelaku UMKM di desa Gegerbitung. *Eastasouth Journal of Positive ...*, 01(01), 29–35. <https://ejcs.eastasouth-institute.com/index.php/ejpcs/article/view/13%0Ahttps://ejcs.eastasouth-institute.com/index.php/ejpcs/article/download/13/7>
- Hariyanto, E., & Wahyuni, S. (2020). Sosialisasi Dan Pelatihan Penggunaan Internet Sehat Bagi Anggota Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Mozaik Desa Pematang Serai. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 253–259. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v3i2.8449>
- Hidayah, S. W., Zahrotul Jannah El Ashfahaniyyah, Jelang Sasi Ramadhani, Findalia Neneng Agustin, Mohamad Syahrial Deluma, Denisa Angraini, Imtiyaz Tsanaa' Abdullah, Adrian Noer Mahmud, Shelvia, & Hevitria. (2023). Pemberdayaan Marketing Ukm Berbasis Teknologi Digital Desa Kepong Menuju Pasar Global. *Semnas-Pkm*, 1(1), 146–155. <https://doi.org/10.35438/semnas-pkm.v1i1.86>

- Inayati, N. I., & Dhanti, K. R. (2021). Pemanfaatan Minyak Jelantah Sebagai Bahan Dasar Pembuatan Lilin Aromaterapi Sebagai Alternatif Tambahan Penghasilan Pada Anggota Aisyiyah Desa Kebanggan Kec Sumbang. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 160–166. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i1.2217>
- Juniawan, F. P., Mayasari, M. S., Pradana, H. A., Tommy, L., & Sylfania, D. Y. (2023). Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Kace Timur, Bangka. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 17. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i1.8649>
- Mudrifah, M., & Pramuja, R. A. (2022). Pendampingan Digital Marketing Pada UMKM PKK Karangploso View-Ngenep (PROGRAM BEMO “Belajar Marketing Online”). *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(01), 51–58. <https://doi.org/10.22219/skie.v6i01.20371>
- Mustafidah, H., Miftahudin, M. A., & Pambudi, E. A. (2024). Pelatihan E-Commerce melalui Marketplace bagi Warga Desa Semedo, Kecamatan Pekuncen, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pengabdian Teknik Dan Sains (JPTS)*, 4(1), 15–25. <https://doi.org/10.30595/jpts.v4i1.19366>
- Parasari, N. S. M., Suputra, I. M. G., Anggreswari, N. P. Y., & Pidada, I. A. I. (2023). Upaya Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Pitra Tabanan Melalui Sosialisasi Edukasi Pemasaran Digital. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 837–845. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i2.5371>
- Pujiantoro, N., & Mohammad Rofiuddin, M. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Bringin Kecamatan Montong Kabupaten Tuban. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2), 168–175. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i2.12754>
- Riady Ibnu Khaldun, S. I. (2024). Pengenalan Bisnis Berbasis Digital kepada Mahasiswa Prodi Hubungan Internasional FISIP Universitas Sulawesi Barat. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 101–108. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i1.2627>
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Riptiono, S. (2023). Literasi Bisnis Digital Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN*, 1(02), 30–33. <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/abdimas/article/view/107/80>
- Samiadnyani, P. E., & Gama, A. W. O. (2023). Digital Marketing Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Di Desa Susut Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 74–81. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v5i1.6256>
- Sidharta, Y., Suryawirawan, O. A., Damayanti, A., Trianjani, E. F., Sari, D. N., & Afida, N. L. (2023). Pendampingan Pemasaran Digital Dan Pembukuan Sederhana Pada Umkm Desa Karangrejo Pasuruan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 909–917. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i2.2674>
- Suleman, D., Imelda Sari, Taat Kuspriyono, & Dedi Suharyadi. (2021). Pelatihan Trik Pemasaran Dengan Meningkatkan Pendapatan Melalui Media Sosial. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 85–91. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v1i2.92>
- Sulthan, M., & Ardiputra, S. (2022). Komunikasi Penyuluhan Pariwisata Menuju Desa Wisata Pamboborang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 1239–1245. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.3303>
- Susilo, Prestianawati, S. A., & Fawwaz, M. (2023). Penguatan Usaha BUMDes Desa Bagelenan melalui Optimalisasi Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(5), 30–37. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2090%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/2090/1506>
- Syam, R., Ras, A., & Habibie, A. Y. (2023). Kesiapan Dan Kendala Transformasi Birokrasi Digital Di Pedesaan. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.1-18>

- Taufiq, M., Lubis, M., & Refiadi, G. (2023). Optimalisasi Bisnis Digital Dengan Pendampingan Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran UMKM Ranting Muhammadiyah Tasikmalaya. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1737–1744. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i3.5105>
- Yuliana, Y., Siahaan, S. V., & Kontesta, R. P. (2023). Pelatihan Digital Marketing Pada Bumdes Guna Peningkatan Usaha Bisnis Kreatif Berbasis Digitalisasi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 6(1), 135–140. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v6i1.1964>