



Available online at : <http://jurnal.poltekapp.ac.id/>

Jurnal ABDIMAS Manajemen Dan Rantai Pasok



DIGITALISASI SISTEM MONITORING PENJUALAN MARKETPLACE UNTUK EFISIENSI OPERASIONAL UMKM

(Studi Kasus : AGAM FARM)

**Mohammad Santosa Mulyo Diningrat¹, Bayu Prabowo Sutjiatmo, Hendi Dwi Hardiman³
Fajar Ciputra Daeng Bani⁴ Muhammad Alde Rizal⁵ Andini Putri Gunawan⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Politeknik APP Jakarta, Jakarta, Indonesia

msantosamd@gmail.com

Abstrak: Pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh rendahnya efisiensi pengelolaan penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah memanfaatkan marketplace digital namun masih menggunakan pencatatan manual. Kondisi tersebut menimbulkan berbagai permasalahan seperti inefisiensi waktu, tingginya risiko kesalahan pencatatan, serta keterbatasan dalam memantau performa penjualan secara real-time. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menerapkan digitalisasi sistem monitoring penjualan marketplace guna meningkatkan efisiensi operasional UMKM Agam Farm yang berlokasi di Depok, Jawa Barat. Metode yang digunakan meliputi observasi awal, baseline assessment, pelatihan penggunaan portal integrasi marketplace berbasis BigSeller, pendampingan teknis integrasi akun marketplace, serta evaluasi efektivitas sistem yang diterapkan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penerapan sistem integrasi marketplace mampu meningkatkan akurasi pencatatan penjualan, mempercepat proses monitoring transaksi, serta mempermudah pengelolaan stok secara terpusat. Selain itu, UMKM mitra menunjukkan peningkatan literasi digital dan kemampuan dalam memanfaatkan data penjualan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa digitalisasi sistem monitoring penjualan merupakan solusi tepat guna dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Digitalisasi Penjualan; UMKM; marketplace; monitoring; efisiensi

Abstract: Community service program was motivated by the low efficiency of sales management among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) that already utilize digital marketplaces but still rely on manual recording systems. This condition leads to time inefficiency, high risk of recording errors, and limitations in real-time sales monitoring. The program aimed to implement a digitalized marketplace sales monitoring system to improve the operational efficiency of Agam Farm MSME located in Depok, West Java. The methods included initial observation, baseline assessment, training on marketplace integration portal using BigSeller, technical assistance for account integration, and evaluation of system effectiveness. The results indicate that the implementation of an integrated marketplace system improved sales recording accuracy, accelerated transaction monitoring, and simplified centralized stock management. Furthermore, MSME partners demonstrated increased digital literacy and the ability to utilize sales data for business decision-making. This program concludes that digital sales monitoring is an effective and applicable solution for enhancing MSME operational efficiency and competitiveness in the digital economy era.

Keywords: Sales Digitalization; MSMEs; marketplace; monitoring; efficiency

Pendahuluan

UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional melalui kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Seiring berkembangnya teknologi digital, marketplace menjadi salah satu kanal utama pemasaran produk UMKM. Namun, pemanfaatan marketplace belum sepenuhnya diiringi dengan kemampuan pengelolaan penjualan yang efektif dan terintegrasi.

Hasil observasi pada UMKM Agam Farm menunjukkan bahwa meskipun telah aktif memasarkan produk melalui berbagai marketplace, pengelolaan pesanan, pencatatan stok, dan laporan penjualan masih dilakukan secara manual menggunakan spreadsheet. Kondisi ini menyebabkan inefisiensi operasional, risiko kesalahan pencatatan, serta keterbatasan dalam memantau performa penjualan secara real-time. Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pemanfaatan platform digital dengan sistem manajemen internal UMKM.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, diperlukan suatu tindakan solutif berbasis pengabdian kepada masyarakat melalui penerapan teknologi tepat guna. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah menerapkan digitalisasi sistem monitoring penjualan marketplace berbasis portal integrasi guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM Agam Farm.

Metode

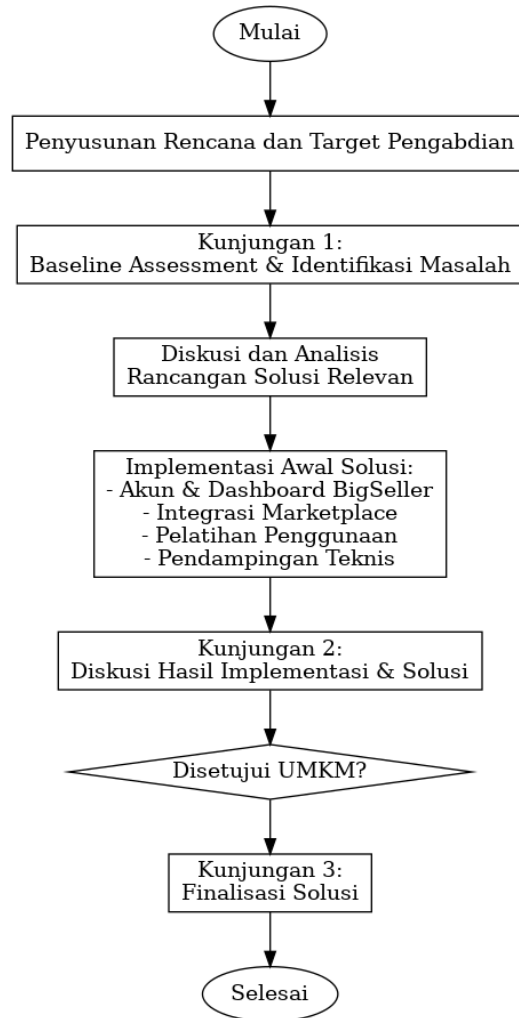
Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif berbasis riset terapan. Pendekatan ini menempatkan UMKM mitra sebagai subjek aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan hingga evaluasi hasil pengabdian. Pendekatan partisipatif dipilih agar solusi yang dihasilkan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi sesuai dengan kebutuhan nyata dan kapasitas UMKM. Fokus utama kegiatan adalah penerapan teknologi tepat guna berupa digitalisasi sistem monitoring penjualan marketplace untuk meningkatkan efisiensi operasional UMKM.

Tahapan kegiatan diawali dengan penyusunan rencana dan target pengabdian yang disepakati bersama UMKM mitra. Selanjutnya dilakukan Kunjungan Pertama yang mencakup observasi lapangan dan baseline assessment guna mengidentifikasi kondisi awal pengelolaan penjualan, pencatatan stok, serta proses monitoring transaksi yang masih dilakukan secara manual. Hasil identifikasi tersebut kemudian dianalisis melalui diskusi bersama untuk merumuskan permasalahan utama dan menyusun rancangan solusi yang relevan, yaitu penerapan sistem monitoring penjualan berbasis integrasi marketplace menggunakan BigSeller.

Tahap berikutnya adalah implementasi awal solusi yang meliputi pembuatan akun dan dashboard BigSeller, integrasi akun marketplace yang digunakan oleh UMKM, pelatihan penggunaan sistem, serta pendampingan teknis secara langsung. Setelah implementasi awal dilakukan, dilaksanakan Kunjungan Kedua untuk mengevaluasi hasil penerapan sistem dan mendiskusikan kendala teknis maupun operasional yang dihadapi oleh UMKM. Evaluasi pada tahap ini menjadi dasar untuk melakukan penyesuaian atau penyempurnaan solusi agar sistem dapat berjalan optimal dan sesuai dengan kebutuhan mitra.

Apabila solusi yang diterapkan telah disetujui dan dirasakan manfaatnya oleh UMKM, kegiatan dilanjutkan dengan Kunjungan Ketiga yang berfokus pada finalisasi solusi dan penguatan

pemanfaatan sistem digital. Tahap akhir pengabdian meliputi monitoring dan evaluasi menyeluruh terhadap efektivitas sistem dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah penerapan digitalisasi. Data yang diperoleh berupa data kualitatif dari observasi dan wawancara serta data operasional penjualan, yang dianalisis secara deskriptif untuk menilai perubahan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM.



Bagan 1. Alur Kerangka Pemecahan Masalah

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Agam Farm menunjukkan perubahan yang signifikan dalam pengelolaan penjualan marketplace setelah diterapkannya sistem monitoring penjualan berbasis integrasi marketplace menggunakan BigSeller. Sebelum implementasi sistem digital, pengelolaan penjualan dilakukan secara manual dan terpisah pada masing-masing platform marketplace. Kondisi ini menyebabkan inefisiensi waktu, tingginya risiko kesalahan pencatatan, serta keterbatasan dalam memantau performa penjualan secara real-time.

Perubahan kondisi operasional UMKM Agam Farm sebelum dan sesudah penerapan sistem BigSeller dapat dilihat pada Tabel 1. Tabel ini menunjukkan adanya peningkatan efisiensi dan

akurasi pengelolaan penjualan setelah sistem digital diterapkan.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Pengelolaan Penjualan UMKM Agam Farm

No	Aspek Pengelolaan	Sebelum Digitalisasi	Sesudah Digitalisasi
1	Pencatatan penjualan	Manual (Excel & catatan)	Otomatis & terintegrasi
2	Monitoring pesanan	Terpisah per marketplace	Terpusat dalam satu dashboard
3	Pengelolaan stok	Tidak sinkron	Sinkron dengan data penjualan
4	Akurasi data	Berisiko human error	Lebih akurat dan konsisten
5	Waktu monitoring	Relatif lama	Lebih cepat dan efisien

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa digitalisasi sistem monitoring penjualan memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional UMKM. UMKM tidak lagi harus membuka masing-masing marketplace untuk memantau pesanan, karena seluruh data telah terintegrasi dalam satu dashboard BigSeller.

Penerapan BigSeller memungkinkan UMKM untuk memantau performa penjualan secara real-time melalui dashboard yang menyajikan informasi jumlah pesanan, status pengiriman, serta kondisi stok produk. Dashboard ini menjadi alat bantu utama dalam kegiatan operasional sehari-hari, khususnya dalam proses monitoring transaksi dan pengambilan keputusan cepat.

Gambar 1. Tampilan Dashboard Monitoring Penjualan BigSeller



Melalui dashboard tersebut, UMKM dapat mengidentifikasi marketplace dengan performa penjualan terbaik serta mengetahui pola penjualan berdasarkan waktu tertentu. Informasi ini sebelumnya sulit diperoleh karena keterbatasan sistem pencatatan manual. Dengan demikian, sistem digital berperan sebagai sarana pendukung pengelolaan usaha berbasis data.

Integrasi antara data penjualan dan stok produk menjadi salah satu keunggulan utama dari penerapan sistem BigSeller. Sebelum digitalisasi, pengelolaan stok sering kali tidak sinkron dengan jumlah pesanan yang masuk, sehingga berpotensi menyebabkan keterlambatan pengiriman atau ketidaksiapan produk. Setelah penerapan sistem digital, stok produk dapat dipantau secara terpusat dan diperbarui secara otomatis.

Selain manfaat teknis, kegiatan pengabdian ini juga berkontribusi pada peningkatan literasi digital UMKM. Melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan BigSeller, pemilik dan staf UMKM menjadi lebih memahami alur kerja sistem digital, mulai dari integrasi marketplace hingga penarikan laporan penjualan. Pendampingan dilakukan secara bertahap agar UMKM mampu mengoperasikan sistem secara mandiri. Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam pengabdian ini mendorong UMKM untuk terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Hal ini memperkuat pemahaman UMKM terhadap manfaat teknologi digital dan meningkatkan kesiapan mereka dalam mengadopsi sistem serupa di masa mendatang.

Tabel 2. Dampak Digitalisasi terhadap Efisiensi Operasional UMKM

No	Indikator	Kondisi Awal	Kondisi Setelah Implementasi
1	Sinkronisasi stok	Tidak konsisten	Terintegrasi otomatis
2	Kecepatan proses	Lambat	Lebih cepat
3	Risiko kesalahan	Tinggi	Lebih rendah
4	Kemudahan pelaporan	Manual	Otomatis
5	Dukungan keputusan	Terbatas	Berbasis data

Tabel 2 menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berdampak pada pencatatan penjualan, tetapi juga meningkatkan keteraturan dan keandalan proses operasional UMKM secara keseluruhan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Agam Farm, dapat disimpulkan bahwa penerapan digitalisasi sistem monitoring penjualan berbasis integrasi marketplace menggunakan BigSeller mampu meningkatkan efisiensi operasional secara signifikan. Digitalisasi sistem ini berhasil mengatasi permasalahan utama yang sebelumnya dihadapi UMKM, yaitu pengelolaan penjualan yang masih dilakukan secara manual, tidak terintegrasi antar marketplace, serta sulit dipantau secara real-time.

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa integrasi data penjualan ke dalam satu dashboard terpusat memberikan kemudahan dalam monitoring pesanan, pengelolaan stok, serta penyusunan laporan penjualan yang lebih akurat dan sistematis. Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah implementasi sistem menunjukkan adanya peningkatan akurasi pencatatan, penurunan risiko

kesalahan (human error), serta percepatan proses kerja. Dengan demikian, sistem BigSeller berperan sebagai teknologi tepat guna yang mendukung profesionalisme pengelolaan usaha UMKM.

Selain memberikan dampak pada aspek operasional, kegiatan pengabdian ini juga berkontribusi terhadap peningkatan literasi digital UMKM. Melalui pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara bertahap, UMKM mitra mampu memahami alur kerja sistem digital dan mengoperasikan dashboard monitoring penjualan secara mandiri. Pendekatan partisipatif yang diterapkan menjadikan UMKM tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pihak yang aktif dalam proses perbaikan dan pengambilan keputusan.

Lebih lanjut, data penjualan yang dihasilkan dari sistem monitoring berbasis BigSeller mulai dimanfaatkan sebagai dasar dalam pengembangan strategi pemasaran digital. Informasi mengenai produk terlaris, waktu penjualan paling aktif, serta performa masing-masing marketplace memberikan peluang bagi UMKM untuk menyusun strategi promosi yang lebih terarah dan berbasis data. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi sistem monitoring penjualan tidak hanya meningkatkan efisiensi jangka pendek, tetapi juga membuka peluang pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan di era ekonomi digital.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik APP Jakarta melalui Unit Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (UPPM) atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UMKM Agam Farm sebagai mitra pengabdian yang telah memberikan kesempatan, keterbukaan, serta kerja sama aktif selama seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari tahap observasi, pelatihan, hingga pendampingan dan evaluasi. Selain itu, penulis mengapresiasi kontribusi seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan kegiatan ini sehingga tujuan pengabdian dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Referensi

- Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM melalui digitalisasi teknologi dan integrasi akses permodalan. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(2), 248–256.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (6th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Jacobson, J., Jain, R., ... Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Hamdi, K., Yadewani, D., & Wijaya, R. (2021). Pemanfaatan media sosial Instagram dalam mendukung promosi usaha. *Jurnal Pustaka Mitra*, 1(2), 73–77.
- Ilmi, Z. (2021). Potret aspek pasar dan pemasaran untuk BUMDes "Karya Mandiri" Desa Sepakat Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Pustaka Mitra*, 1(1), 43–48.
- Sari, Y. P., Sari, S. Y., & Sari, D. P. (2022). Implementasi strategi pemasaran produk kerajinan anyaman

dalam memaksimalkan laba di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Pustaka Mitra*, 2(1), 50–53.

Suciati, F., Safitri, L. S., Romalasari, A., Mukminah, N., & Fathurohman, F. (2021). Pelatihan dan pendampingan pembuatan toko online pada UMKM olahan singkong sebagai alternatif pemasaran produk. *Logista: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 195–201.

Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan pemanfaatan digital branding dan digital marketing pada kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB*, 4(3), 322–328.

Suranto, S., Nugroho, A., Prasetyo, E., & Widodo, S. (2022). Optimalisasi penggunaan digital marketing melalui media sosial dan e-commerce pada industri kecil menengah di Desa Kingkang Kabupaten Klaten. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 6(1), 123–136.

Wahyuni, S. (2021). Strategi Business Model Canvas (BMC) bagi pelaku usaha Samarinda dalam upaya pengembangan brand dan digitalisasi produk. *Jurnal Pustaka Mitra*, 1(2), 81–86.