

**DIGITALISASI UMKM BERBASIS MARKETPLACE HYBRID BLANJADIPOS
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN LITERASI DAN AKSES PASAR
DI KECAMATAN GEMOLONG, KABUPATEN SRAGEN**

Nani Irma Susanti, Adi Penawan, Rina Ani Sapariyah, Edi Suhardi, Saptani Rahayu

Universitas Dharma AUB Surakarta / Surakarta

E-mail: niss_irma@stie-aub.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan untuk mengatasi rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses pasar pelaku UMKM di Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen. Tujuannya adalah meningkatkan kapasitas digital dan memperluas jangkauan pemasaran produk melalui penerapan Marketplace Hybrid BLANJAdiPOS, sebuah model integratif yang menggabungkan sistem penjualan daring dan luring berbasis jejaring Kantor Pos. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan, dan praktik langsung (learning by doing) yang melibatkan 30 pelaku UMKM dari sektor kuliner, kerajinan, dan pertanian. Evaluasi dilakukan menggunakan observasi, kuesioner pra dan pascakegiatan, serta refleksi kelompok. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan rata-rata literasi digital sebesar 97%, dengan 80% peserta berhasil mengunggah produk ke platform BLANJAdiPOS. Selain itu, kegiatan ini menumbuhkan motivasi dan kolaborasi antar pelaku usaha, Perguruan tinggi, BlanjaDi Pos dan harapannya dengan BumDes dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Penerapan model marketplace hybrid berbasis komunitas ini terbukti efektif dalam memperkuat kapasitas ekonomi digital masyarakat desa dan dapat direplikasi sebagai strategi pemberdayaan UMKM berkelanjutan di wilayah pedesaan Indonesia.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM, Marketplace Hybrid, Literasi Digital, Pemberdayaan Desa, BLANJAdiPOS

Abstract

This Community Service Program was carried out to address the low level of digital literacy and limited market access among micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Gemolong District, Sragen Regency. The objective was to enhance digital capacity and expand product marketing reach through the implementation of the BLANJAdiPOS Hybrid Marketplace, an integrative model that combines online and offline sales systems based on the Postal Service network. The program was implemented using a participatory approach through socialization, training, and hands-on practice (learning by doing), involving 30 MSME participants from the culinary, craft, and agricultural sectors. Evaluation was conducted through observation, pre- and post-activity questionnaires, and group reflection. The results showed an average increase of 97% in digital literacy, with 80% of participants successfully uploading their products to the BLANJAdiPOS platform. In addition, the program fostered motivation and collaboration among entrepreneurs, higher education institutions, BLANJAdiPOS, and potentially local institutions such as village enterprises (BumDes) in utilizing digital technology as a means of business development. The implementation of this community-based hybrid marketplace model proved effective in strengthening the digital economic capacity of rural communities and can be replicated as a sustainable MSME empowerment strategy in other rural areas of Indonesia.

Keywords: MSME Digitalization, Hybrid Marketplace, Digital Literacy, Rural Empowerment, BLANJAdiPOS

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia dengan kontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan jumlah lebih dari 64 juta unit usaha yang menyerap mayoritas tenaga kerja nasional. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM, terutama yang berbasis desa, masih menghadapi kendala klasik berupa keterbatasan akses pasar, lemahnya branding, dan rendahnya tingkat digitalisasi sehingga produk sulit menembus pasar yang lebih luas.

Lokasi strategis Gemolong berpotensi menjadi pusat pertumbuhan ekonomi, tetapi memerlukan perencanaan infrastruktur dan fasilitas publik yang matang untuk mewujudkan manfaat sosialnya. Tanpa perencanaan ini, pertumbuhan dapat mengakibatkan degradasi lingkungan dan penurunan kualitas hidup (Putri 2025).

Digitalisasi UMKM via e-commerce dan ekonomi digital desa menjadi strategi kebijakan nasional untuk pertumbuhan ekonomi. Meskipun potensi e-commerce dan ekonomi digital desa besar, implementasinya masih menghadapi hambatan signifikan seperti keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, dan kesenjangan akses antara daerah perkotaan dan pedesaan (Putri 2025). Dukungan dari pemerintah diperlukan untuk memaksimalkan potensi e-commerce bagi UMKM Indonesia (Putri 2025), termasuk melalui program “Go Digital, Go Global” serta pengembangan marketplace desa. Keberadaan PT Pos Indonesia dengan jaringan kantor pos hingga tingkat kecamatan dan desa membuka peluang pengembangan model marketplace hybrid yang mengintegrasikan kanal online dan jejak fisik (offline) untuk memperkuat distribusi produk UMKM desa ke pasar nasional.

Program BLANJAdiPOS dirancang sebagai marketplace hybrid yang memadukan toko digital (online) untuk memperluas jangkauan pasar dengan dukungan jejak fisik di kantor pos, agen UMKM, dan pojok desa di BUMDes sebagai titik layanan dan edukasi bagi pelaku UMKM. Model ini tidak hanya berfungsi sebagai platform jual-beli, tetapi sebagai gerakan sosial-ekonomi kerakyatan yang melibatkan seluruh elemen masyarakat dan jaringan Pos Indonesia untuk memperkuat ekosistem digitalisasi UMKM desa secara berkelanjutan.

Potret dan kondisi khalayak sasaran

UMKM di Kecamatan Gemolong didominasi oleh produk kuliner dan perdagangan ritel, disusul kerajinan rumah tangga dan olahan hasil pertanian, dengan sektor perdagangan sebagai penggerak utama ekonomi dan pertanian sebagai penyedia bahan baku (Statistik and Sragen 2024). Arah kebijakan nasional menargetkan digitalisasi jutaan UMKM melalui platform e-commerce dan ekonomi digital desa untuk mempercepat pemulihan dan pertumbuhan ekonomi (Fariesta and Sutrisno 2025).

Secara sosial-ekonomi, pelaku UMKM di desa-desa Gemolong umumnya mengelola usaha keluarga dengan modal terbatas, memanfaatkan tenaga kerja lokal, dan menjadikan usaha sebagai sumber pendapatan tambahan rumah tangga (Statistik and Sragen 2024). Kondisi ini membuat mereka sangat membutuhkan pendampingan dalam aspek manajemen usaha, peningkatan kualitas produk, desain kemasan, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan marketplace digital untuk meningkatkan daya saing.

Dari sisi fisik dan infrastruktur, kawasan Gemolong telah terhubung dengan jaringan jalan dan akses logistik Pos Indonesia, sekaligus mulai terjangkau internet dan gawai pintar, sehingga mendukung pengembangan model hybrid marketplace yang mengandalkan integrasi kanal online dan jaringan distribusi offline. Lingkungan sosial yang berbasis komunitas desa dan keberadaan kelembagaan seperti BUMDes, kelompok usaha, serta mahasiswa KKN menjadi modal sosial penting untuk mendukung implementasi dan replikasi program BLANJAdiPOS di Kecamatan Gemolong.

1.1 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan potret kondisi khalayak sasaran tersebut, rumusan masalah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dirumuskan secara konkret sebagai berikut.

- a. Bagaimana meningkatkan kapasitas digitalisasi UMKM desa di Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen, khususnya dalam pemanfaatan marketplace hybrid untuk perluasan akses pasar?
- b. Bagaimana mengembangkan profil, branding, dan katalog produk UMKM desa agar layak ditampilkan pada platform BLANJAdiPOS dan menarik bagi konsumen nasional?
- c. Bagaimana memanfaatkan jaringan fisik kantor pos, agen Pos, dan BUMDes sebagai simpul gerakan ekonomi kerakyatan berbasis marketplace hybrid untuk menunjang keberlanjutan pemasaran produk UMKM desa?

Rumusan masalah tersebut menegaskan adanya kesenjangan antara potensi produk lokal Gemolong dengan rendahnya pemanfaatan teknologi digital dan jaringan logistik yang sudah tersedia, sehingga diperlukan intervensi pengabdian yang sistematis.

1.2 Tujuan Kegiatan

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- a. Meningkatkan literasi dan kapasitas digital pelaku UMKM desa di Kecamatan Gemolong dalam memanfaatkan marketplace hybrid BLANJAdiPOS untuk promosi dan penjualan produk.
- b. Menyusun dan mengimplementasikan katalog produk, desain logo, dan kemasan sederhana yang lebih profesional bagi UMKM desa sehingga memperkuat branding dan daya tarik di pasar nasional.
- c. Menginisiasi dan memperkuat ekosistem BLANJAdiPOS berbasis jejaring kantor pos, agen UMKM, dan BUMDes sebagai ujung tombak gerakan ekonomi kerakyatan desa yang berkelanjutan.
- d. Menghasilkan model hilirisasi penelitian tentang digitalisasi UMKM dan logistik desa ke dalam program pengabdian yang dapat direplikasi pada wilayah pedesaan lain di Indonesia.

1.3 Kajian Literatur

Digitalisasi UMKM telah menjadi strategi nasional dalam meningkatkan daya saing ekonomi lokal. Menurut (Pratomo, Abidin, & Rohmah, 2022), pelatihan dan pendampingan digital marketing mampu meningkatkan pemahaman dan omzet UMKM di desa melalui penggunaan platform seperti Facebook Ads, Instagram, dan marketplace daring. Hasil serupa juga ditemukan dalam kegiatan pengabdian di Lampung Selatan, di mana 87% pelaku UMKM berhasil memanfaatkan marketplace daring setelah mengikuti pelatihan digitalisasi pemasaran (Maydiantoro et al. 2021).

Selain itu, transformasi digital UMKM juga berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi lokal. Kegiatan di Desa Karangbendo, Banyuwangi, menunjukkan bahwa digitalisasi melalui desain situs web mampu meningkatkan visibilitas produk batik dan hasil pertanian di tingkat regional (As'ad Sonief, Nuraini, and Arief Setyabudi 2019). Di Pulau Marangkik, kegiatan KKN menghasilkan peningkatan penjualan produk tenun lokal setelah promosi dilakukan melalui website dan media sosial berbasis digital marketing (Malik et al. 2023).

Digitalisasi juga terbukti memperkuat keberlanjutan ekonomi desa melalui kolaborasi lintas pihak. Implementasi program digitalisasi di Sulawesi Selatan oleh tim Universitas Hasanuddin berhasil mengonversi UMKM konvensional menjadi UMKM digital berbasis web, sehingga memperluas jangkauan pasar nasional dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha (Hasan and Fahdal 2022).

Program berbasis kolaborasi kampus-desa, seperti *KKN Sisdamas*, terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan digital masyarakat pedesaan. Mahasiswa berperan penting sebagai fasilitator dalam membantu masyarakat membuka toko online di berbagai platform marketplace (Inggris, Arab, and Ganeas 2019).

Penelitian terkini juga menyoroti aspek inklusivitas digital bagi kelompok lanjut usia dan masyarakat awam di pedesaan. Pelatihan penggunaan QRIS dan aplikasi pembayaran digital di Cikarang Selatan terbukti meningkatkan literasi digital dan adopsi teknologi keuangan di kalangan pelaku UMKM usia 40–60 tahun (Dara Julita et al. 2024). Selanjutnya, penelitian oleh (Bazar, Tujuan, and Desa 2023) menekankan pentingnya integrasi antara kegiatan daring dan luring (hybrid), seperti bazar dan festival UMKM, untuk mendorong partisipasi masyarakat dan memperkuat pemasaran digital berbasis komunitas.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif (participatory approach) dengan metode edukasi-sosialisasi dan pelatihan praktik langsung (*learning by doing*). Pendekatan ini dipilih agar peserta, yaitu pelaku UMKM di Kecamatan Gemolong, dapat terlibat aktif dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari proses sosialisasi, praktik pengunduhan aplikasi, hingga registrasi akun di platform *BLANJAdiPOS Marketplace Hybrid*.

Menurut (Istanti, Nuroini, and Kusumo Negoro 2025), pendekatan partisipatif efektif diterapkan dalam program digitalisasi UMKM karena melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses pembelajaran dan implementasi, sehingga hasilnya lebih berkelanjutan. Pendekatan ini juga mendukung terciptanya kolaborasi yang kuat antara pelaku usaha dan pendamping kegiatan.

Selain itu, metode *learning by doing* terbukti meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis peserta dalam pelatihan berbasis teknologi digital (Kurniawati et al. 2025). Peserta tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga langsung menerapkan keterampilan digital yang relevan dengan usaha mereka, seperti penggunaan smartphone, pembuatan akun, dan pengelolaan katalog produk secara daring. Pendekatan serupa digunakan dalam pelatihan QRIS di Sukadami, di mana peserta berusia lanjut mampu memahami aplikasi digital setelah mengikuti praktik langsung secara partisipatif (Dara Julita et al. 2024).

Pendekatan partisipatif menempatkan masyarakat sasaran sebagai subjek pembelajaran aktif, bukan sekadar objek kegiatan. Pendampingan berbasis *Participatory Action Research (PAR)*, seperti yang diterapkan dalam kegiatan sertifikasi halal UMKM di Temanggung, terbukti memperkuat rasa kepemilikan masyarakat terhadap hasil program (Gunarti Ika Pradewi, Muchammad Iqbal Chailani 2023). Pendekatan ini sejalan dengan pandangan (Gunarti Ika Pradewi, Muchammad Iqbal Chailani 2023) yang menegaskan pentingnya kolaborasi langsung antara fasilitator dan peserta untuk menciptakan inovasi digital yang kontekstual di pedesaan.

2.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan di Aula Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah, yang memiliki potensi besar dalam sektor kerajinan, batik, kuliner lokal, dan pertanian tradisional. Lokasi ini dipilih karena sebagian besar pelaku UMKM di wilayah tersebut belum memiliki akses optimal terhadap platform digital dan pemasaran daring.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam satu sesi berdurasi empat jam (08.00–12.00 WIB) dengan pembagian waktu kegiatan sebagaimana Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal dan Rangkaian Kegiatan PKM

Waktu	Kegiatan	Deskripsi Aktivitas
08.00–08.30	Pembukaan dan Sosialisasi	Pemaparan konsep <i>BLANJAdiPOS Marketplace Hybrid</i> dan manfaat digitalisasi UMKM oleh tim Blanjadi Pos dan tim PKM.

08.30–09.30	Pengenalan Aplikasi	Penjelasan fitur, mekanisme hybrid (online & offline), dari Kantor Pos.
09.30–11.00	Praktik Langsung	Peserta melakukan praktik <i>download</i> , instalasi, dan registrasi akun BLANJAdiPOS dengan pendampingan mahasiswa.
11.00–11.45	Diskusi Tanya Jawab	Diskusi interaktif mengenai kendala teknis, strategi branding, dan promosi digital.
11.45–12.00	Evaluasi-Penutupan	Pengisian kuesioner evaluasi dan refleksi bersama peserta.

a. Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Kecamatan Gemolong yang terdiri atas 30 peserta dengan latar belakang usaha: 12 pelaku usaha kuliner, 8 pengrajin batik/konveksi, 5 petani dan pengolah hasil pertanian serta 5 pedagang kelontong.

Sebagian besar peserta berusia antara 25–55 tahun dan memiliki tingkat literasi digital rendah hingga menengah. Pemilihan peserta dilakukan melalui rekomendasi perangkat desa ketua UMKM kecamatan Gemolong Bapak Sukino yang aktif mendukung kegiatan.

Pendekatan yang melibatkan kelompok lokal seperti ini juga digunakan dalam penelitian (Susanti et al. 2024) di Bengkalis, yang menunjukkan bahwa pelatihan partisipatif berbasis komunitas mampu meningkatkan keterampilan digital UMKM sekaligus memperkuat jejaring sosial ekonomi di tingkat desa.

b. Tahapan Kegiatan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu:

1) Tahap Sosialisasi

Tahap ini diawali dengan penyampaian materi terkait konsep *BLANJAdiPOS Marketplace Hybrid*, manfaat digitalisasi UMKM, serta potensi ekonomi lokal. Penyampaian dilakukan dengan metode interaktif berupa ceramah singkat, diskusi terbuka, dan pemutaran video edukatif.

2) Tahap Pelatihan dan Praktik Langsung

Peserta dilatih untuk:

- Mengunduh aplikasi BLANJAdiPOS,
- Melakukan registrasi akun,
- Informasi belanja/membeli di platform BlanjaDiPos
- Bagi yang akan membuat toko online untuk produknya. Membuat katalog produk digital (nama produk, harga, deskripsi, dan foto).
- Diperkenalkan juga bagi yang ingin menjadi rekan/petugas deliveri barang menggunakan menu jadi kurir.

Setiap peserta didampingi oleh mahasiswa dalam kelompok kecil agar pelatihan lebih intensif. Konsep *hands-on learning* ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan teknologi UMKM di berbagai desa (Kurniawati et al. 2025); (Lestari and Yuwana 2024).

3) Tahap Evaluasi dan Refleksi

Tahap akhir berfokus pada pengukuran hasil kegiatan melalui diskusi reflektif dan pengisian kuesioner evaluasi. Peserta diminta memberikan umpan balik mengenai kemudahan penggunaan aplikasi dan manfaat kegiatan terhadap usaha mereka.

2.2 Metode Evaluasi dan Alat Ukur Keberhasilan

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan evaluasi kualitatif partisipatif, sebagaimana direkomendasikan oleh (Gunarti Ika

Pradewi, Muchammad Iqbal Chailani 2023) dalam pendekatan *Participatory Action Research* untuk kegiatan berbasis komunitas.

a) Evaluasi Kuantitatif

Alat ukur berupa kuesioner pra dan pascakegiatan digunakan untuk mengukur perubahan tingkat literasi digital peserta. Kuesioner menggunakan skala Likert (1–5) untuk menilai aspek: Pemahaman konsep marketplace hybrid, Kemampuan menggunakan aplikasi BLANJAdiPOS, Persepsi manfaat digitalisasi terhadap usaha.

Indikator keberhasilan kuantitatif: $\geq 80\%$ peserta berhasil mengunduh dan registrasi aplikasi, $\geq 70\%$ mampu membuat katalog produk digital, Rata-rata peningkatan skor literasi digital $\geq 30\%$.

b) Evaluasi Kualitatif

Evaluasi kualitatif dilakukan melalui: Observasi partisipatif selama kegiatan, Wawancara informal dengan peserta, Diskusi refleksi kelompok setelah kegiatan.

Metode evaluasi ini memungkinkan penilaian perubahan dalam aspek sikap, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat sasaran (Susanti et al. 2024); (Istanti, Nuroini, and Kusumo Negro 2025).

Tabel 2. Indikator keberhasilan kualitatif:

Aspek	Indikator	Alat Ukur	Kriteria Keberhasilan
Sikap	Motivasi menggunakan teknologi digital	Wawancara & observasi	$\geq 70\%$ peserta menunjukkan minat lanjut
Sosial-Budaya	Kolaborasi antar pelaku UMKM	Refleksi & diskusi	Terbentuknya kelompok kolaboratif
Ekonomi	Peningkatan potensi penjualan digital	Kuesioner data produk	$\geq 60\%$ peserta menyatakan semangat memasarkan dan belanja produk melalui BlanjaDiPos

c. Keberlanjutan Program

Langkah keberlanjutan, peserta diarahkan untuk tetap aktif menggunakan platform BLANJAdiPOS dengan pendampingan dari Bapak Sukino melalui kelompok UMKM Gemolong dan agen Kantor Pos setempat.

Strategi keberlanjutan berbasis komunitas ini sejalan dengan model penguatan ekonomi desa yang dikembangkan oleh (Lestari and Yuwana 2024) dan (Kurniawati et al. 2025), yang menekankan pentingnya sinergi antara pendamping, lembaga lokal, dan pelaku usaha kecil untuk menjaga dampak jangka panjang program digitalisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 30 Agustus 2025 di Aula Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Kegiatan diikuti oleh 25 pelaku UMKM.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital dan motivasi ekonomi peserta. Berdasarkan hasil kuesioner pra dan pascakegiatan, diperoleh data berikut:

Tabel 3. Hasil Evaluasi Pra dan Pascakegiatan

Indikator Penilaian	Rata-rata Skor Pra (1–5)	Rata-rata Skor Pasca (1–5)	Peningkatan (%)
Pemahaman konsep marketplace hybrid	2.4	4.3	79%
Kemampuan mengunduh dan registrasi aplikasi	2.1	4.6	119%
Kemampuan membuat katalog produk digital	1.9	4.1	116%
Persepsi manfaat digitalisasi terhadap usaha	2.6	4.5	73%

Dari tabel 3, terlihat peningkatan rata-rata skor literasi digital sebesar 97%. Sebanyak 22 dari 30 peserta (75%) berhasil mengunggah produknya ke platform BLANJAdiPOS dengan deskripsi dan foto yang layak jual.

Selain peningkatan keterampilan digital, kegiatan juga menimbulkan perubahan sikap dan perilaku kewirausahaan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, 72% peserta menyatakan tertarik untuk menggunakan marketplace secara rutin, sementara 60% peserta membentuk kelompok untuk kolaborasi promosi produk secara daring.

Hasil ini menunjukkan bahwa tujuan kegiatan: meningkatkan literasi digital, akses pasar, dan pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi tercapai dengan baik.

3.2. Indikator Keberhasilan dan Dampak Kegiatan

Keberhasilan kegiatan diukur melalui indikator kuantitatif dan kualitatif berikut:

3.2.1. Indikator Kuantitatif

1. Tingkat partisipasi peserta mencapai 100% dari total undangan.
2. 80% peserta berhasil melakukan registrasi akun di platform BLANJAdiPOS.
3. 75% peserta mengunggah foto produk dan memahami proses transaksi digital.
4. Rata-rata skor literasi digital meningkat dari 2,25 menjadi 4,38 pada skala Likert 5 poin.

3.2.2. Indikator Kualitatif

1. Terjadi peningkatan motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM untuk memasarkan produk secara daring.
2. Muncul jejaring sosial baru antar-UMKM di Gemolong untuk kolaborasi produk dan logistik lokal.
3. Adanya perubahan perilaku ekonomi menuju orientasi pasar digital dan kemitraan dengan Kantor Pos/BUMDes.

Hasil ini sejalan dengan temuan (Istanti, Nuroini, and Kusumo Negoro 2025) dan (Kurniawati et al. 2025), bahwa pelatihan berbasis partisipatif dengan pendekatan *learning by doing* efektif dalam meningkatkan kapasitas digital masyarakat desa dan mempercepat adaptasi terhadap teknologi ekonomi.

3.2 Pembahasan

3.2.1. Dampak Jangka Pendek dan Panjang

a. Dampak Jangka Pendek

1. Individu: Peserta mampu mengoperasikan aplikasi BLANJAdiPOS, membuat akun, dan memasarkan produknya secara mandiri.
2. Sosial: Terbentuk komunitas *UMKM Digital Gemolong* yang aktif berkomunikasi melalui grup WhatsApp.
3. Ekonomi: Produk UMKM mulai dikenal di tingkat kecamatan dan berpotensi menembus pasar regional.

b. Dampak Jangka Panjang

1. Transformasi ekonomi lokal: Desa Gemolong berpotensi menjadi *pilot project* bagi model *Hybrid Marketplace Desa* berbasis BLANJAdiPOS.
2. Inovasi kebijakan desa: Diharapkan BUMDes menjadikan BLANJAdiPOS sebagai kanal resmi promosi dan distribusi produk lokal.
3. Sustainability: Terbentuk jejaring kolaborasi antara universitas, BUMDes, dan Kantor Pos untuk keberlanjutan pelatihan digitalisasi UMKM.

Hasil ini memperkuat literatur terdahulu yang menegaskan bahwa pendekatan partisipatif dalam digitalisasi desa dapat menimbulkan dampak sosial-ekonomi jangka panjang melalui peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri Masyarakat (Lestari and Yuwana 2024), (Susanti et al. 2024).

3.2.2 Analisis Keunggulan, Kelemahan, dan Tingkat Kesulitan

Keunggulan:

- a. Model hybrid (online–offline) memudahkan pelaku UMKM dengan keterbatasan internet untuk tetap terhubung melalui jaringan Kantor Pos.
- b. Pendampingan mahasiswa KKN memperkuat proses pembelajaran berbasis komunitas dan mempercepat transfer teknologi.
- c. Materi berbasis praktik langsung meningkatkan retensi pengetahuan dan keterampilan peserta (Dara Julita et al. 2024).

Kelemahan:

- a. Waktu pelatihan yang singkat (4 jam) membatasi pendalaman materi promosi digital.
- b. Keterbatasan perangkat dan koneksi internet di lokasi pelatihan sempat menghambat praktik peserta.
- c. Sebagian pelaku usaha lansia masih memerlukan pendampingan lanjutan dalam mengoperasikan aplikasi.

Tingkat Kesulitan dan Solusi:

Kesulitan utama adalah keterbatasan koneksi internet dan perbedaan kemampuan digital antar peserta. Solusinya, tim PKM menyediakan *hotspot mobile* dan sistem pendampingan berkelompok agar seluruh peserta dapat mengikuti kegiatan tanpa kendala.

3.2.3 Peluang Pengembangan dan Keberlanjutan

Kegiatan ini membuka peluang pengembangan program lanjutan, antara lain:

- a. Pembuatan laman website “Gemolong UMKM Digital Hub” sebagai agregator katalog produk lokal.
- b. Integrasi dengan sistem logistik Pos Indonesia untuk distribusi produk nasional.
- c. Pelatihan lanjutan digital branding dan e-payment (QRIS, e-wallet) bagi UMKM binaan.

Model ini dapat direplikasi di kecamatan lain dengan pendekatan kolaboratif antara universitas, pemerintah desa, dan lembaga bisnis lokal sebagaimana disarankan oleh (Gunarti Ika Pradewi, Muchammad Iqbal Chailani 2023).

3.2.4 Dokumentasi Kegiatan

Foto Kegiatan	Keterangan
 	Sosialisasi konsep BLANJAdiPOS Marketplace Hybrid
  	Peserta praktik registrasi aplikasi di smartphone
   	Pendampingan mahasiswa KKN dalam pembuatan katalog produk

	
  	Diskusi kelompok dan tanya jawab. Peserta bertanya menu yang ada pada platform BlanjaDiPos. Mereka tertarik ada menu Kurir.
	Foto bersama peserta, perangkat desa, Tim BlanjaDiPos dan tim PKM

Kegiatan PKM BLANJAdiPOS di Kecamatan Gemolong terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas digital dan semangat kewirausahaan masyarakat desa. Melalui pendekatan partisipatif dan metode *learning by doing*, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan keterampilan, tetapi juga mendorong transformasi sosial-ekonomi desa menuju digitalisasi yang berkelanjutan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sinergi antara akademisi, BlanjaDiPos, dan masyarakat desa dapat menjadi model replikasi pemberdayaan ekonomi digital berbasis komunitas lokal di wilayah pedesaan Indonesia.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil meningkatkan literasi digital, akses pasar, dan kemandirian ekonomi UMKM desa melalui penerapan *BLANJAdiPOS Marketplace Hybrid*. Pendekatan partisipatif dan metode *learning by doing* efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital peserta, dengan peningkatan literasi sebesar 97% dan 88% peserta berhasil mengunggah produk. Dampaknya terlihat pada terbentuknya komunitas UMKM Digital Gemolong, kolaborasi antar pelaku usaha, serta sinergi dengan BUMDes yang memperkuat ekonomi lokal. Program ini membuktikan bahwa transformasi digital desa dapat diterapkan secara efektif melalui kolaborasi universitas, lembaga lokal, dan masyarakat, serta berpotensi menjadi model pemberdayaan ekonomi digital di wilayah pedesaan lainnya.

Untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM melalui pelatihan strategi *digital marketing*, manajemen konten, dan penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS dan *e-wallet*. Pemerintah daerah bersama BUMDes diharapkan memperkuat infrastruktur internet serta menyediakan *digital corner* desa guna mendukung aktivitas pemasaran daring secara berkelanjutan. Model *BLANJAdiPOS Marketplace Hybrid* yang telah terbukti efektif dapat direplikasi di desa lain dengan karakteristik serupa untuk memperluas inklusi ekonomi digital nasional. Selain itu, diperlukan kolaborasi lebih erat antara perguruan tinggi, Kantor Pos, dan pelaku bisnis swasta dalam mengembangkan ekosistem *hybrid marketplace* di tingkat kabupaten. Evaluasi berkala setiap enam bulan juga penting dilakukan untuk memantau perkembangan UMKM digital, dampak terhadap peningkatan pendapatan, serta perluasan jejaring pasar lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad Sonief, Achmad, Yulia Nuraini, and Sofyan Arief Setyabudi. 2019. "Digitalisasi Industri Kecil Dan Produk Pertanian Daerah Upaya Untuk Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Karangbendo Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi." *Journal of Innovation and Applied Technology* 5(1): 842–47. doi:10.21776/ub.jiat.2019.005.01.5.
- Bazar, Festival, Sebagai Tujuan, and S D G S Desa. 2023. "Artikel+Mahasiswa+&+Dosen+UPI." 1(2): 20–25.
- Dara Julita, Etty Zuliawati Zed, Fazrya Rauf, and Auliya Putri Mardiah. 2024. "Pelatihan Dan Pengabdian Penggunaan QRIS Terhadap UMKM Berusia Lanjut 40-60 Tahun Atau Masyarakat Awam Di Era Digitalisasi Desa Sukadami Kecamatan Cikarang Selatan." *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat* 2(4): 96–104. doi:10.61132/kegiatanpositif.v2i4.1421.
- Fariesta, Daffa, and Sutrisno Sutrisno. 2025. "Evolusi Dan Dampak Transformasi Perkembangan UMKM Digital Melalui E-Commerce Go Digital Mitra." *Legal Spirit* 9(1): 157–68. doi:10.31328/lis.v9i1.5725.
- Gunarti Ika Pradewi, Muchammad Iqbal Chailani, Siti Arifah. 2023. "Pendampingan Sertifikasi Halal Pada UMKM Makanan Ringan Di Desa Bansari Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung." 6(1).

- Hasan, Hasnawiya, and Muhammad Alief Fahdal. 2022. "Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi Dalam Implementasi Digitalisasi UMKM (Sulawesi MSME Community Empowerment in the Implementation of MSME Digitization)." 3(1): 43–50.
- Inggris, Sastra, Pendidikan Bahasa Arab, and Kecamatan Ganeas. 2019. "Penggunaan Smartphone Utk Marketplace." 2(2): 15–25.
- Istanti, Enny, Indi Nuroini, and R.M. Bramastyo Kusumo Negoro. 2025. "Merancang Strategi Digitalisasi Umkm Desa: Pendekatan Partisipatif Di Desa Terik, Sidoarjo." *Semeru: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 02(01): 178–87. doi:10.55499/semeru.v2i1.1547.
- Kurniawati, Susilaningtyas Budiana, Zandra Dwanita Widodo, Atik Lusya, Tahta Zulfa, Adiar Alamshah, Nadiya Nur, and Rahma Fatika. 2025. "Digitalisasi UMKM Melalui Pelatihan Pengelolaan Produk Berbasis Website, Pemasaran Media Sosial, Dan Pemanfaatan Shopee Sebagai E-Commerce Partner." 5(September).
- Lestari, Eko Binti, and Rawuh Yuda Yuwana. 2024. "Sinergi Teknologi Dan Pertanian: Inovasi Pemasaran Digital Di P4S Tranggulasi Sebagai Model Penguatan Ekonomi Petani." *Akselerasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(3): 182–86. doi:10.70210/ajpm.v2i3.128.
- Malik, Martoni Ira, Ida Ayu, Dwi Putri, Anggi Anggriani, Kadek Ago Budiarta, Lalu Indra Bayu P P, Baiq Nursepia, et al. 2023. "Real Work Lecture: Optimization Of Community Empowerment Based On Marketing Digitalization As A Media For Promotion Of Maringkik Island Weaving Msmes." 1: 12–25.
- Maydiantoro, Albet, M Jaya, Widya Hestiningtyas, and Rahmawati Rahmawati. 2021. "Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan Di Era New Normal." *JURNAL KREATIVITAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)*. doi:10.33024/jkpm.v4i6.5293.
- Putri, Tri Riska. 2025. "Balancing Urban Growth and Environmental Sustainability through Spatial Planning: A Policy and Land Use Analysis." *Journal of Placemaking and Streetscape Design* 3(1): 55–67.
- Statistik, Badan Pusat, and Kabupaten Sragen. 2024. "Volume 46, 2024." 46.
- Susanti, Rina, Indra Syaputra, Fadilah Nike Lestari, Umi Muflihatun, Bulan Ziza, M. Adnan Amjad, Ramzilas Aksa, et al. 2024. "Pengembangan Umkm Berbasis Digitalisasi Desa Sungai Nibung, Kecamatan Siak Kecil, Bengkalis." *Abdimas Indonesian Journal* 4(2): 297–304. doi:10.59525/aij.v4i2.451.