

## *Digital Marketplace* untuk Meningkatkan UMKM Binaan BUMDESMA Mentereng LKD

Wahyu Pamungkas<sup>1</sup>, Agung Wicaksono<sup>2</sup>, Wildan Panji Tresna<sup>3</sup>, Anggun Fitriani Isnawati<sup>4</sup>,  
Umar Ali Ahmad<sup>5</sup>

<sup>1,2,4</sup>Direktorat Kampus Purwokerto, Telkom University

<sup>3</sup>Fakultas Teknik Elektro, Telkom University

<sup>5</sup>Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)

E-mail: <sup>1</sup>wahyupa@telkomuniversity.ac.id, <sup>2</sup>agungwicaksono@telkomuniversity.ac.id,

<sup>3</sup>wild004@brin.go.id, <sup>4</sup>angguni@telkomuniversity.ac.id, <sup>5</sup>umar@telkomuniversity.ac.id

### **Abstrak**

BUMDESMA Mentereng LKD Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis membina lebih dari 825 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan beragam sektor usaha, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran karena terbatasnya akses pasar dan strategi promosi yang sebagian besar bersifat tradisional. Untuk menjawab tantangan tersebut, tim pengabdian masyarakat mengembangkan aplikasi marketplace digital berbasis website yang dirancang untuk memfasilitasi promosi, transaksi, serta pengelolaan produk UMKM secara terintegrasi. Metode pengabdian yang digunakan meliputi analisis kebutuhan, perancangan arsitektur sistem tiga lapis (frontend, backend, dan basis data), implementasi aplikasi, sosialisasi, serta pelatihan pemasaran digital bagi UMKM binaan. Hasil yang dicapai mencakup tersedianya platform digital marketplace yang menampilkan katalog produk, sistem transaksi dengan integrasi pembayaran digital, dashboard analitik, serta peta interaktif persebaran UMKM. Selain itu, pelatihan digital marketing meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam mengelola toko online dan memperluas jaringan pemasaran. Dapat disimpulkan bahwa aplikasi marketplace ini mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung digitalisasi ekonomi desa secara berkelanjutan.

Kata kunci: BUMDESMA, UMKM, *digital marketplace*, pengabdian masyarakat, digitalisasi ekonomi desa

### **Abstract**

*BUMDESMA Mentereng LKD in Cikoneng District, Ciamis Regency supervises more than 825 Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) across various business sectors, yet still faces significant challenges in marketing due to limited market access and reliance on traditional promotion methods. To address this issue, a digital marketplace application was developed as part of a community service program. The web-based platform is designed to facilitate product promotion, transactions, and integrated business management for MSME. The method applied includes needs assessment, three-layer system design (frontend, backend, and database), system implementation, socialization, and digital marketing training for MSME partners. The results show that the marketplace provides essential features such as product catalogs, transaction systems with integrated digital payments, analytic dashboards, and interactive maps of MSME distribution. Furthermore, the training improved MSME partners' competencies in managing online stores and expanding their market reach. It can be concluded that the digital marketplace enhances operational efficiency, broadens customer access, and supports the sustainable digitalization of the village economy.*

Keywords: BUMDESMA, MSMEs, *digital marketplace*, community service, village digital economy

## 1. PENDAHULUAN

BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) merupakan lembaga ekonomi desa yang dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 2005 [1] dan didukung oleh regulasi daerah seperti Perda Provinsi Jawa Barat Nomor 10 Tahun 2017 [2]. BUMDes berfungsi untuk memberdayakan ekonomi masyarakat desa melalui pengelolaan usaha bersama, pemberdayaan UMKM, dan pemanfaatan potensi lokal secara berkelanjutan [3]. Keberadaan BUMDes diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas [4].

Salah satu bentuk pengembangan BUMDes adalah BUMDESMA Mentereng LKD di Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis. BUMDESMA ini berperan sebagai lembaga pengelola ekonomi desa yang membina lebih dari 825 UMKM di berbagai sektor, mulai dari produksi skala menengah, perdagangan, kuliner, hingga jasa dan pertanian. BUMDESMA Mentereng LKD bertugas untuk memfasilitasi akses pembiayaan, meningkatkan kapasitas UMKM, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal sesuai prinsip transparansi dan akuntabilitas [5].

Dasar pendirian BUMDESMA Mentereng LKD adalah peraturan bersama Kepala Desa Cikoneng, Kepala Desa Cimari, Kepala Desa Darmacaang, Kepala Desa Gegempalan, Kepala Desa Kujang, Kepala Desa Margaluyu, Kepala Desa Nasol, Kepala Desa Panaragan dan Kepala Desa Sindangsari, Nomor 01 Tahun 2022, Nomor 01 Tahun 2022, Nomor 11 Tahun 2022, Nomor 04 Tahun 2022, Nomor 04 Tahun 2022, Nomor 01 Tahun 2022, Nomor 05 Tahun 2022, Nomor 01 Tahun 2022 dan Nomor 05 Tahun 2022 tentang Pendirian Badan Usaha Milik Desa Bersama. Hingga 30 September 2024 BUMDESMA Mentereng LKD telah mengelola aset hingga Rp. 5.520.695.197, - dan memiliki tambahan modal 50 juta per tahun serta telah memiliki mitra binaan UMKM sebanyak 825 UMKM. Diversifikasi 825 UMKM tersebut diantaranya 83 sektor produksi skala menengah, 128 sektor usaha warung, 326 sektor usaha dagang keliling, 40 sektor persewaan, 18 sektor usaha pertanian dan 171 mitra pekerja dan buruh.

Permasalahan yang dihadapi mitra dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, Lembaga Keuangan Desa (LKD) yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) Mentereng LKD menghadapi tantangan untuk meningkatkan efisiensi, akuntabilitas, dan aksesibilitas layanan keuangan di pedesaan. Keberadaan regulasi, seperti Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 10 Tahun 2017 [6] serta Peraturan Bupati Ciamis Nomor 5 Tahun 2022 mengenai pemberdayaan BUMDes [7], semakin menegaskan urgensi transformasi layanan LKD menuju sistem digital yang terintegrasi. Pengalihan peran dari UPK Eks PNPM-Mandiri Perdesaan ke LKD di bawah BUMDESMA juga mensyaratkan adopsi teknologi untuk memaksimalkan dampak ekonomi lokal.

Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) Mentereng LKD merupakan salah satu lembaga yang berperan dalam pemberdayaan ekonomi desa, khususnya dalam mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meski demikian, tantangan besar yang masih dihadapi UMKM binaan adalah terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas, ditambah dengan strategi pemasaran yang sebagian besar masih mengandalkan metode tradisional, seperti promosi dari mulut ke mulut dan penjualan secara langsung di toko maupun pasar setempat. Hal ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pelanggan dan rendahnya daya saing produk di tengah persaingan pasar yang semakin digital.

Di era digital saat ini, *marketplace* berbasis daring telah menjadi solusi efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing produk UMKM [8]. Namun, UMKM binaan BUMDESMA Mentereng LKD masih belum memiliki platform *marketplace* yang terintegrasi untuk memfasilitasi pemasaran dan transaksi produk mereka secara daring. Tanpa adanya sistem digital yang terstruktur, UMKM menghadapi berbagai kendala, seperti kesulitan dalam mencatat transaksi secara *real-time*, keterbatasan akses ke data pelanggan, serta rendahnya efisiensi dalam pengelolaan stok dan distribusi barang. Selain itu, kurangnya sistem pembayaran digital yang terintegrasi juga menjadi penghambat utama dalam memperluas jangkauan pasar, terutama bagi pelanggan yang lebih memilih transaksi non tunai.

Oleh karena itu diperlukan solusi berbasis teknologi dalam bentuk aplikasi *digital*

*marketplace* yang dapat menghubungkan UMKM dengan pasar yang lebih luas [9]. Aplikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan produk, tetapi juga dilengkapi dengan fitur-fitur pendukung utama, seperti pengelolaan inventaris, pencatatan transaksi secara otomatis, integrasi dengan berbagai metode pembayaran digital, serta penyediaan analisis pasar berbasis data.

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan *marketplace* digital mampu meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM desa. Sutanto et al. [10] dan Rahmawati dan Setiawan [11] melaporkan bahwa pengembangan e-*marketplace* berbasis BUMDes berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM melalui digitalisasi pemasaran dan transaksi. Pendampingan pemasaran digital juga terbukti penting dalam mendukung keberhasilan implementasi sistem, sebagaimana ditunjukkan oleh Wibowo et al. [12], yang menekankan peningkatan kapasitas UMKM dalam mengelola toko online secara mandiri.

Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan sebelumnya masih berfokus pada aspek promosi dan transaksi dasar, serta belum sepenuhnya mengintegrasikan sistem pembayaran digital, dashboard analitik, dan pengelolaan data UMKM secara terpusat [13], [14]. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini menawarkan kebaruan melalui pengembangan aplikasi digital *marketplace* berbasis website yang terintegrasi, tidak hanya sebagai sarana pemasaran dan transaksi, tetapi juga sebagai alat pengelolaan usaha dan evaluasi kinerja UMKM binaan BUMDESMA Mentereng LKD dalam rangka mendukung digitalisasi ekonomi desa secara berkelanjutan.

Dengan adanya aplikasi *digital marketplace* ini, UMKM binaan BUMDESMA Mentereng LKD dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jaringan pelanggan. Aplikasi ini diharapkan memberikan dampak positif dengan meningkatkan skala bisnis, mendorong digitalisasi ekonomi desa, serta menciptakan ekosistem usaha yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, aplikasi ini sejalan dengan strategi pemerintah dalam memperkuat ekonomi desa berbasis digital. Pengembangan aplikasi *digital marketplace* bertujuan untuk mengintegrasikan dan digitalisasi pemasaran produk UMKM binaan, sehingga meningkatkan aksesibilitas pasar, memperluas jangkauan pelanggan, efisiensi transaksi daring, serta memberikan manfaat nyata bagi UMKM binaan.

## 2. METODE

Metode pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan berbasis teknologi dan pendampingan berkelanjutan yang dikombinasikan dengan analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi aplikasi, serta pelatihan UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi secara optimal, sebagaimana yang ditunjukkan dalam Gambar 1 Flowchart Kegiatan Pengabdian Masyarakat berikut.

Analisis kebutuhan dilakukan dengan memetakan profil UMKM dan kesiapan digital, mencakup jenis produk atau jasa yang ditawarkan, kanal penjualan yang sudah digunakan, hambatan operasional, serta tingkat literasi digital sebagai *baseline*. Dari hasil analisis tersebut, diperoleh kebutuhan fungsional berupa fasilitas pembuatan toko, katalog produk, sistem transaksi, integrasi pembayaran digital, *dashboard* analitik, dan pelaporan keuangan.

Selain itu, ditetapkan pula kebutuhan non-fungsional seperti kemudahan penggunaan melalui desain UI/UX yang sederhana, keamanan dasar (otorisasi dan *backup* data), ketersediaan sistem yang andal, serta dukungan akses lintas perangkat (*website* maupun *mobile*). Seluruh kebutuhan tersebut mendukung perancangan proses bisnis *end-to-end*, mulai dari unggah produk, pemesanan, pembayaran, pemrosesan pesanan, hingga pelaporan yang sistematis.



Gambar 1. Flowchart Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

## 2.1 Arsitektur dan Desain Sistem

Arsitektur dan desain sistem yang digunakan dalam program ini menerapkan arsitektur 3-lapis, yaitu *frontend*, *backend*, dan basis data. Pada lapisan *frontend* (*website/mobile*), disediakan antarmuka toko UMKM yang meliputi katalog, keranjang belanja, proses *checkout*, serta *dashboard* penjual. Lapisan *backend* berupa layanan API yang menangani autentikasi, manajemen toko dan produk, transaksi, integrasi dengan gerbang pembayaran digital, pengelolaan media seperti foto produk, serta notifikasi. Sementara itu, lapisan basis data menyimpan entitas penting seperti UMKM, toko, produk, inventori, pesanan atau transaksi, pelanggan, serta log aktivitas. Keseluruhan arsitektur ini mendukung pengembangan modul inti, yang mencakup pembuatan dan pengelolaan toko, katalog produk dengan foto, deskripsi dan harga, pencatatan transaksi otomatis, integrasi pembayaran digital, serta *dashboard* analitik yang memberikan wawasan mengenai penjualan, pelanggan, dan tren pasar.

## 2.2 Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap awal, tim melakukan analisis proses bisnis dan kemudian mengembangkan aplikasi *digital marketplace* sebagai platform utama bagi UMKM binaan dalam memasarkan produk, sebagaimana yang ditunjukkan pada Gambar 2 berikut. Aplikasi ini mencakup fitur pembuatan dan pengelolaan toko *online*, katalog produk dengan foto, deskripsi, dan harga, pencatatan transaksi otomatis untuk pelaporan keuangan, integrasi sistem pembayaran digital untuk mempermudah transaksi, serta *dashboard* analitik yang memberikan wawasan mengenai penjualan, pelanggan, dan tren pasar. Pengembangan dilakukan secara bertahap, mulai dari

perancangan arsitektur sistem, desain antarmuka pengguna (UI/UX), hingga uji coba fungsionalitas sebelum diterapkan secara luas.



Gambar 2. Pengembangan Aplikasi *Marketplace*

Setelah aplikasi siap digunakan, dilakukan sosialisasi kepada UMKM binaan terkait manfaat dan cara kerja dari aplikasi *marketplace* ini. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3, pada tahap ini UMKM didampingi untuk mendaftarkan usaha mereka, melengkapi profil toko yang menarik, serta menyusun daftar produk yang akan dipasarkan. Selain itu, UMKM juga diberikan pemahaman tentang mekanisme transaksi dan penggunaan sistem pembayaran digital agar siap mengoperasikan toko *online* secara mandiri.



Gambar 3. Sosialisasi Aplikasi *Marketplace*

Agar UMKM dapat menggunakan *marketplace* secara efektif, diberikan pelatihan pemasaran digital yang mencakup teknik pengambilan foto produk yang menarik, penyusunan deskripsi produk yang informatif dan persuasif, strategi penetapan harga dan promosi, pengelolaan stok serta manajemen pesanan, hingga cara berinteraksi dengan pelanggan secara *online* untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Dokumentasi pelatihan digital marketplace ditunjukkan pada Gambar 4. Pelatihan ini dilaksanakan dalam bentuk *workshop*

interaktif dan simulasi langsung menggunakan aplikasi *marketplace*, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan keterampilan yang diperoleh.



Gambar 4. Pelatihan Pemasaran Aplikasi *Digital Marketplace*

### 2.3 Partisipasi Mitra

BUMDESMA Mentereng LKD sebagai mitra kolaboratif berkomitmen penuh mendukung kegiatan pengabdian Masyarakat yang diusulkan oleh tim pengusul. Sebagai bukti komitmen BUMDESMA Mentereng LKD bersedia *sharing funding* dalam bentuk *in-kind* maupun *in-cash* sesuai dengan surat kesediaan kolaborator yang ditanda tangani di atas materai. Selain itu, pengelola BUMDESMA Mentereng LKD juga akan selalu turut serta dalam kegiatan pendampingan kepada UMKM mitra binaan Ketika dim dosen pengusul dan mahasiswa melakukan kegiatan di lapangan. Sementara itu, bentuk partisipasi mitra sasaran yang merupakan UMKM mitra binaan BUMDESMA Mentereng LKD juga telah menanda tangani surat kesediaan sebagai mitra sasaran kegiatan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

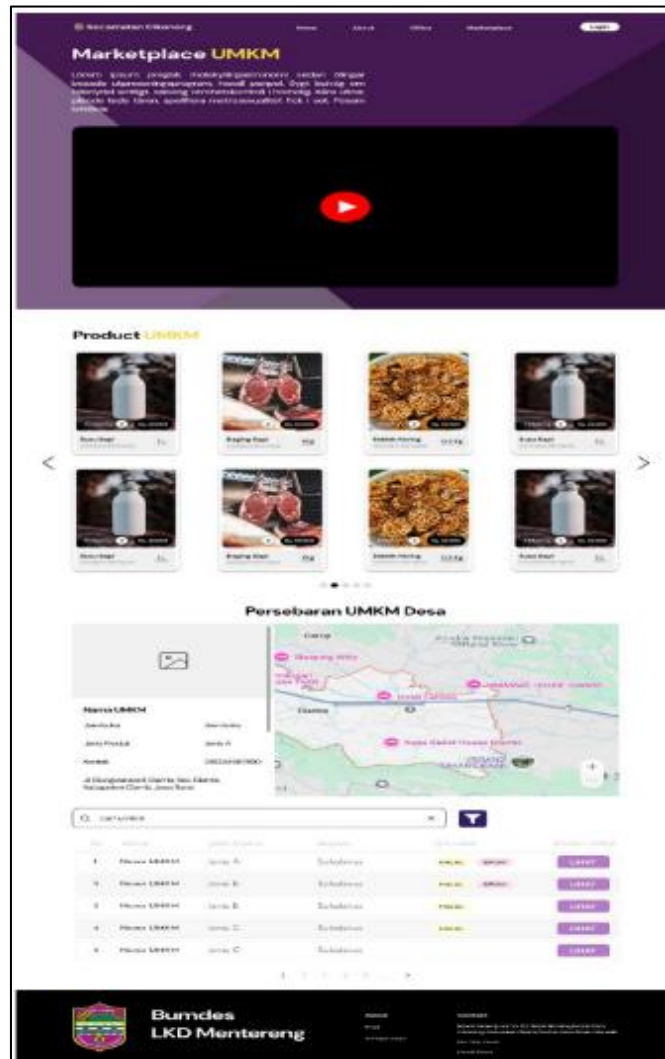
Hasil implementasi metode yang diterapkan dalam penelitian ini diawali dengan analisis bisnis proses pada BUMDESMA LKD Mentereng, Kecamatan Cikoneng, Kabupaten Ciamis. Kegiatan ini ditunjukkan pada Gambar 5 berikut. Tahap implementasi bertujuan untuk memetakan alur kerja layanan BUMDESMA LKD mulai dari penerimaan produk UMKM, pencatatan data stok, hingga proses penjualan dan pelaporan. Selain itu, analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi titik-titik kritis di mana proses manual yang berjalan saat ini menyebabkan keterlambatan, duplikasi data, maupun kesulitan pelacakan produk. Analisis juga diarahkan untuk menentukan produk unggulan termasuk jenis, satuan, harga, dan label sertifikasi yang kemudian digunakan sebagai pilot *upload* dalam sistem *digital marketplace* yang dikembangkan.



Gambar 5. Pelaksanaan Implementasi Sistem Digital Marketplace

### 3.1 Hasil Analisis Proses Bisnis

Dari analisis tersebut diperoleh beberapa temuan utama yang mencerminkan kondisi aktual pengelolaan data dan proses bisnis.



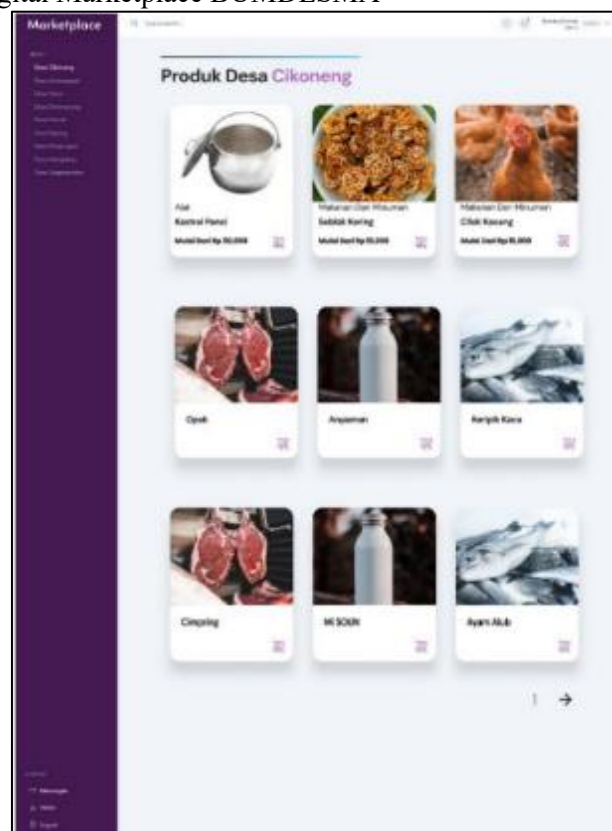
Gambar 6. Tampilan Dashboard *Digital Marketplace* UMKM Kecamatan Cikoneng



Pertama, data produk masih terfragmentasi, di mana informasi terkait harga, volumetrik (berat/isi), maupun sertifikasi (seperti Halal dan BPOM) tercatat pada media pencatatan yang berbeda sehingga menyulitkan konsolidasi. Kedua, komunikasi yang terbatas menyebabkan rekomendasi produk unggulan sulit disebarluaskan dengan cepat baik kepada pembeli maupun staf lapangan. Ketiga, detail lokasi UMKM yang belum terintegrasi secara sistematis menimbulkan kendala dalam koordinasi pengantaran, sehingga peta lokasi yang akurat sangat dibutuhkan untuk mendukung optimasi rute distribusi. Gambar 6 menunjukkan tampilan Dashboard Digital Marketplace UMKM Kecamatan Cikoneng.

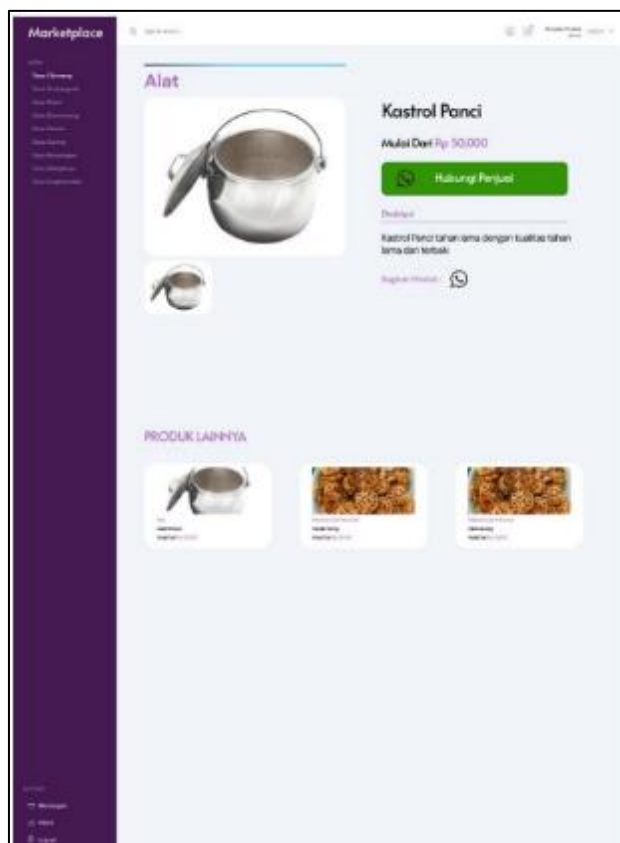
### 3.2 Pengembangan Aplikasi Marketplace

Pengembangan aplikasi *marketplace* UMKM BUMDESMA Mentereng LKD dilakukan dengan menerjemahkan kebutuhan fungsional ke dalam desain antarmuka (UI) yang intuitif, informatif, dan responsif. Produk unggulan ditampilkan dalam bentuk kartu berisi gambar, nama, satuan, harga, dan label sertifikasi untuk meningkatkan keterbacaan, disertai fitur filter dan pencarian spesifik agar pengelola maupun pembeli lebih mudah menemukan produk tertentu. Halaman utama (*homepage*) dirancang dengan elemen *header* dan navigasi yang menampilkan logo Kecamatan Cikoneng serta menu fitur inti, *hero section* berupa judul besar dan video promo untuk memperkenalkan aplikasi, *carousel* produk unggulan berbentuk *grid card*, serta peta persebaran UMKM interaktif yang terintegrasi dengan panel detail berisi alamat, koordinat, jam operasional, kontak, dan jenis produk. Selain itu, daftar UMKM ditampilkan dalam tabel dengan informasi terstruktur, *pagination*, serta tombol detail, sedangkan *footer* menyajikan logo BUMDES, nama lengkap lembaga, dan tautan cepat menuju profil, kontak, serta informasi desa, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 7 dan 8 berikut. Keseluruhan rancangan ini bertujuan menjaga performa tampilan, memperkuat identitas lokal, meningkatkan pengalaman pengguna, serta mendukung transparansi pengelolaan UMKM binaan. Gambar 9 berikut menunjukkan Fitur Profil Usaha pada Digital Marketplace BUMDESMA

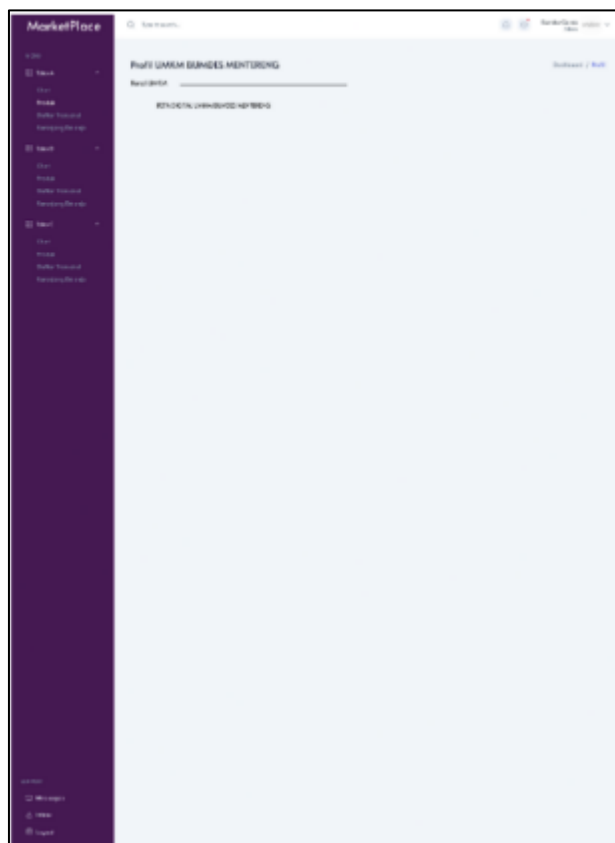


Gambar 7. Daftar Produk UMKM Desa Cikoneng pada Digital Marketplace





Gambar 8. Detail Produk pada Marketplace Digital Desa Cikoneng



Gambar 9. Fitur Profil Usaha pada Digital Marketplace BUMDESMA

### 3.3 Pelatihan Aplikasi Marketplace

Untuk memastikan para UMKM binaan mampu memanfaatkan aplikasi *marketplace* secara optimal, diadakan pelatihan khusus yang berfokus pada strategi pemasaran digital. Kegiatan ini bertujuan membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam menampilkan produk secara lebih menarik, mengelola transaksi dengan baik, serta meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital. Pelatihan yang dilakukan meliputi lima aspek utama, yaitu: yang pertama teknik pengambilan foto produk yang menarik dan profesional untuk memperkuat visualisasi pada *digital marketplace*, kedua penyusunan deskripsi produk yang informatif dan persuasif agar lebih mudah dipahami sekaligus menarik minat konsumen, ketiga strategi penetapan harga dan promosi untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk, keempat pengelolaan stok serta manajemen pesanan yang mendukung kelancaran operasional usaha, dan yang terakhir teknik interaksi dengan pelanggan secara *online* untuk membangun kepercayaan serta meningkatkan kepuasan konsumen.

Pelatihan ini dikemas dalam bentuk *workshop* interaktif yang dipadukan dengan simulasi langsung menggunakan aplikasi *digital marketplace*. Metode tersebut memungkinkan peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga langsung mempraktikkannya pada platform digital yang telah dikembangkan. Kegiatan pelatihan, para UMKM binaan melakukan latihan mulai dari mengunggah foto produk, menulis deskripsi sesuai arahan, hingga mencoba fitur promosi dan interaksi pelanggan. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis UMKM binaan, tetapi juga memperkuat kesiapan mereka dalam bersaing di pasar digital secara berkelanjutan.

### 3.4 Serah Terima Aplikasi Digital Marketplace

Proses serah terima aplikasi dilaksanakan pada 10 Agustus 2025 bertempat di kantor BUMDESMA Mentereng LKD, sebagaimana yang ditunjukkan pada Gambar 10 berikut. Kegiatan ini dihadiri oleh gabungan kepala desa, perwakilan mitra UMKM binaan, dosen pendamping, Wakil Rektor Telkom University, serta mahasiswa pengembang.



Gambar 10. Proses Serah Terima Aplikasi Digital Marketplace

Dengan kegiatan ini, aplikasi *marketplace* berbasis website secara resmi mulai dimanfaatkan untuk membantu pengelolaan dan memajukan usaha di wilayah BUMDESMA Mentereng LKD Kecamatan Cikoneng. Aplikasi tersebut diharapkan dapat menjadi sarana digital yang mempermudah proses transaksi, promosi produk, serta evaluasi kinerja UMKM binaan secara berkelanjutan, sekaligus memperkuat peran BUMDESMA sebagai lembaga penggerak ekonomi lokal.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat ini menghasilkan sebuah aplikasi *marketplace* UMKM berbasis *website* yang dirancang khusus untuk mendukung pengelolaan, promosi, dan transaksi produk mitra binaan BUMDESMA Mentereng LKD Kecamatan Cikoneng. Hasil yang diperoleh mencakup pemetaan proses bisnis UMKM, perancangan arsitektur sistem tiga lapis (*frontend*, *backend*, basis data), pengembangan fitur inti seperti pembuatan toko *online*, katalog produk, sistem transaksi dengan integrasi pembayaran digital, serta *dashboard* analitik. Selain itu, diadakan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM, yang akan meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola toko *online*, menyusun deskripsi produk, mengatur harga, hingga berinteraksi dengan pelanggan secara digital.

Melalui program ini mendorong tersedianya platform digital yang intuitif, responsif, dan mudah digunakan, serta memiliki fitur yang relevan dengan kebutuhan UMKM lokal, seperti katalog produk dengan label sertifikasi, peta interaktif persebaran UMKM, dan *dashboard* analitik untuk memantau kinerja. Pendampingan dalam bentuk *workshop* interaktif juga menjadi nilai tambah karena memberikan pengalaman praktis langsung bagi UMKM binaan.

Ke depan, aplikasi *digital marketplace* ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan fitur yang dapat memperluas akses, integrasi dengan logistik lokal guna mempermudah pengiriman produk, serta pengembangan modul promosi digital berbasis media sosial. Selain itu, kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi, BUMDESMA, dan UMKM sangat penting untuk memastikan keberlanjutan sistem serta peningkatan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi digital secara mandiri.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada dosen pendamping dan mahasiswa Telkom University atas kontribusinya dalam pengembangan aplikasi Marketplace berbasis *website*. Terima kasih juga kepada BUMDESMA Mentereng LKD Kecamatan Cikoneng beserta mitra UMKM binaan atas kerja sama yang baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Telkom University, pemerintah desa, serta pihak lain yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini. Diharapkan program ini dapat memberi manfaat berkelanjutan bagi seluruh pihak yang terlibat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Republik Indonesia, "Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa", Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 No. 158, Tambahan Lembaran Negara No. 4587, Jakarta, 2005. [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Download/39130/PP%20NO%2072%20TH%202005.pdf>
- [2] Provinsi Jawa Barat, "Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 10 Tahun 2017 tentang Penyertaan Modal Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat kepada Badan Usaha Milik Daerah," Lembaran Daerah 2017/10, Bandung, 30 Agustus 2017. [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/137024/perda-prov-jawa-barat-no-10-tahun-2017>
- [3] Sari, D., dan Hidayat, E., "Pemberdayaan masyarakat melalui revitalisasi BUMDes sebagai lembaga ekonomi desa", Jurnal Selayar, Vol. 2, No. 1, pp. 45–60, 2020. <https://ejournal.gemacendekia.org/index.php/selayar/article/view/74>
- [4] Prasetyo, N. D., dan Irawati, D., "Analisis pengelolaan BUMDes dan dampaknya terhadap kehidupan ekonomi masyarakat dalam perspektif ekonomi syariah", El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, Vol. 5, No. 1, pp. 22-37, November 2021. ResearchGate.[https://www.researchgate.net/publication/356518107\\_Analisis\\_Pengelolaan](https://www.researchgate.net/publication/356518107_Analisis_Pengelolaan)

\_BUMDes dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.

- [5] Subardjo, A., dan Rahmawati, S., “Pemberdayaan BUMDes: Solusi inovatif untuk meningkatkan ekonomi desa”, *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 5, No. 5, pp. 8743–8749, 2022. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i5.34782>
- [6] Anugrah, A. A., dan Wahyono, S. A., “Communal Marketplace Berbasis Koperasi sebagai Salah Satu Terobosan Inovasi bagi Pelaku UMKM Indonesia di Masa Pandemi Covid-19”, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, pp. 21–33, 2021. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.114>
- [7] Kabupaten Ciamis, "Peraturan Bupati Kabupaten Ciamis Nomor 5 Tahun 2022 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Bumdesa dan Bumdes Bersama di Kabupaten Ciamis," *Berita Daerah Kabupaten Ciamis Tahun 2022 No. 5*, Ciamis, 21 Januari 2022. [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/258135/perbup-kab-ciamis-no-5-tahun-2022>
- [8] Aprilio Ananda Pamungkas, Imelda Desiana Suryaningrum, Bagus Arifin, Hana Marvela Daryanto, Ngurah Arta Nadi Putra, Selin Ivana Christin, dan Pritalia, G. L., “Pelatihan Digitalisasi untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Tempe”, *GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat*, Vol. 2, No. 2, pp. 89–98, 2023. <https://doi.org/10.24002/giat.v2i2.7222>
- [9] Irawati, R., dan Prasetyo, I. B., “Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang)”, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, Vol. 6, No. 2, pp. 114–133, 2021.
- [10] H. Sutanto, A. Nugroho, dan D. Pramono, “Implementasi marketplace digital untuk pemberdayaan UMKM desa berbasis BUMDes,” *Jurnal Abdimas Teknologi dan Informasi*, Vol. 3, No. 2, pp. 101–110, 2022.
- [11] I. Rahmawati dan R. Setiawan, “Pengembangan sistem e-marketplace sebagai sarana peningkatan daya saing UMKM desa,” *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 4, No. 3, pp. 2250–2257, 2021, doi: 10.31004/cdj.v4i3.2145.
- [12] A. Wibowo, D. Kurniawan, dan P. Sari, “Pendampingan digital marketing dan marketplace untuk UMKM berbasis potensi lokal desa,” *GIAT: Teknologi untuk Masyarakat*, Vol. 2, No. 1, pp. 45–54, 2023.
- [13] M. A. Putra dan N. Hidayat, “Pemanfaatan platform e-commerce lokal untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM desa,” *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat (SNPM)*, pp. 312–318, 2020.
- [14] S. Lestari, E. Yuliana, dan B. Prakoso, “Digitalisasi UMKM melalui sistem marketplace terintegrasi sebagai strategi pemulihan ekonomi desa,” *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 6, No. 2, pp. 189–198, 2022.