

PENDAMPINGAN PEMBUATAN AKUN *MARKETPLACE* (*GRABMERCHANT*) UNTUK MENJUAL PRODUK RENGGINANG SUPER BANJARSARI

Retno Sulistyowati¹, Shanti Nugroho Sulistyowati^{2*}, Fahimul Amri³

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Jombang, Jombang

²Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Jombang, Jombang

²Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Jombang, Jombang

¹reeskrip@gmail.com, ^{2*}shantinugroho@yahoo.com, ³fahimul.amri@gmail.com

Abstrak

Transformasi digital dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi strategi penting dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis pelaku usaha *Rengginang Super Banjarsari* melalui pendampingan pembuatan akun marketplace GrabMerchant. Metode yang digunakan meliputi identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan teknis, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta berhasil membuat akun GrabMerchant, mengunggah produk secara mandiri, dan mulai menerima pesanan melalui platform tersebut. Kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong pelaku usaha tradisional untuk beradaptasi dengan ekosistem digital secara lebih efektif. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan praktis dan partisipatif dapat menjadi strategi pemberdayaan UMKM yang relevan, khususnya dalam memperkuat pemasaran produk lokal melalui teknologi digital.

Kata kunci: UMKM, GrabMerchant, digitalisasi, marketplace, rengginang, pengabdian masyarakat.

Abstract

Digital transformation in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector is an important strategy in facing marketing challenges in the digital era. However, there are still many MSME players who do not have the understanding and skills to utilize digital platforms to expand market reach. This community service activity aims to improve the digital literacy and technical skills of Rengginang Super Banjarsari business actors through assistance in creating GrabMerchant marketplace accounts. The methods used include needs identification, socialization, technical training, and monitoring and evaluation. The results of the activity showed that most of the participants managed to create GrabMerchant accounts, upload products independently, and start receiving orders through the platform. This activity contributed to encouraging traditional businesses to adapt to the digital ecosystem more effectively. This success shows that a practical and participatory approach can be a relevant MSME empowerment strategy, especially in strengthening the marketing of local products through digital technology.

Kata kunci: MSMEs, GrabMerchant, digitalization, marketplace, rengginang, community service

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam mendukung ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Transformasi digital menjadi keharusan bagi pelaku UMKM untuk bersaing dan memperluas jangkauan pasarnya di era digital saat ini. Namun, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM), khususnya di wilayah pedesaan, yang tidak tahu cara menggunakan teknologi digital seperti GrabMerchant.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma pemasaran dari sistem konvensional ke arah digital. Dalam konteks ini, digitalisasi UMKM menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Marketplace digital seperti GrabMerchant memberikan peluang besar bagi pelaku usaha makanan untuk menjual produk mereka secara online, menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik (KEMEMKOPUKM, 2022).

Desa atau kelurahan Banjarsari merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi usaha makanan khas, yakni *Rengginang Super Banjarsari*. Produk ini dikenal memiliki kualitas yang baik, namun pemasaran masih dilakukan secara konvensional. Kurangnya pemanfaatan teknologi digital dan minimnya literasi digital di kalangan pelaku usaha menjadi penghambat utama pengembangan pasar produk ini. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023), meskipun penetrasi internet di Indonesia sudah mencapai 78,19%, pemanfaatannya untuk kegiatan ekonomi digital oleh UMKM masih tergolong rendah, khususnya di daerah suburban dan pedesaan. UMKM yang terletak di Desa Banjarsari yaitu UMKM Kerupuk Rengginang super milik Bapak Kholiq. Bapak Kholiq memasarkan produknya menggunakan beberapa alternatif strategi pemasaran secara manual yaitu dijual di orang-orang terdekat kemudian direkomendasikan ke orang lain dan menitipkan ke beberapa toko oleh-oleh khas Jombang. Pada dasarnya teknologi sangat diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar dengan cara memasarkan produknya melalui teknologi *digital marketing* seperti *marketplace* seperti Grab yang menyediakan fitur GrabMerchant (Hendrawan et al., 2024).

Marketplace GrabMerchant adalah salah satu platform yang dirancang untuk membantu pelaku usaha kuliner menjual produk mereka secara daring melalui aplikasi Grab. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital, tetapi juga menyediakan fitur-fitur pendukung seperti pengelolaan menu, pelaporan keuangan, hingga integrasi dengan sistem

pengantaran GrabFood. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara membuat akun dan mengelola usaha mereka melalui platform ini, sehingga diperlukan adanya pendampingan yang bersifat praktis dan aplikatif. GrabMerchant adalah solusi digital komprehensif untuk mempermudah UMKM kuliner menjual produk mereka secara online melalui GrabFood dan GrabMart. Dengan fitur pendaftaran cepat, manajemen toko terpadu, dan dukungan analisis, platform ini membantu pengusaha lokal seperti “Rengginang Super Banjarsari” go digital dengan lebih lancar dan efektif (Kurniawan & Noviyanti, 2020)

Berdasarkan observasi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa permasalahan UMKM rengginang super adalah perlunya pemilik usaha untuk mempelajari teknik pengiriman penjualan menggunakan GrabMerchant sehingga produknya dapat menjangkau masyarakat luas karena telah beradaptasi dengan teknologi. Oleh karena itu kami mengambil judul “Pendampingan Pembuatan Akun *Marketplace* (Grabmerchant) untuk Menjual Produk Rengginang Super, Banjarsari.” Tujuan utama dari program ini adalah untuk membantu Pelaku UMKM khususnya *owner* dapat memahami strategi pengelolaan digital marketing serta meningkatkan penjualan produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan serta pengelolaan akun GrabMerchant kepada pelaku usaha *Rengginang Super Banjarsari*. Dengan pendampingan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitas digital mereka dan mampu memasarkan produknya secara lebih luas melalui platform digital. Hal ini sejalan dengan arahan pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM sebagai bagian dari upaya pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi COVID-19 (Komdigi.go.id, 2023).

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pendekatan partisipatif dan aplikatif berbasis *community empowerment*, yang mengutamakan keterlibatan aktif mitra (pelaku UMKM rengginang Banjarsari) dalam seluruh proses kegiatan. Metode ini bertujuan agar mitra tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mampu menguasai keterampilan teknis pembuatan dan pengelolaan akun GrabMerchant secara mandiri.

Tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut: 1. Persiapan dan Identifikasi Masalah Kegiatan dimulai dengan survey lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsari untuk: Mengidentifikasi tingkat literasi digital, Mengetahui

kendala dalam memasarkan produk, Memahami kesiapan mitra untuk go digital. Hasil observasi ini menjadi dasar penyusunan materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan kondisi dan kapasitas peserta (Zunaidi, 2024); 2. Sosialisasi dan Edukasi Digitalisasi Pemasaran Kegiatan dilanjutkan dengan sesi edukasi kepada pelaku usaha mengenai: Pentingnya pemasaran digital bagi UMKM di era industri 4.0, Peran marketplace dalam meningkatkan jangkauan pasar, Penggunaan GrabMerchant sebagai sarana distribusi produk makanan lokal. Materi disampaikan melalui ceramah interaktif, diskusi, dan pemutaran video studi kasus UMKM sukses yang menggunakan GrabMerchant (KEMEMKOPUKM, 2022); 3. Pelatihan Teknis dan Pendampingan Pembuatan Akun GrabMerchant. Tahap inti kegiatan ini berupa pelatihan praktis langsung (hands-on). Mitra didampingi secara teknis dalam: Menyiapkan persyaratan administrasi (KTP, NIB/izin usaha, foto produk), Mendaftarkan usaha pada platform GrabMerchant, Mengatur profil usaha, mengunggah foto produk, menulis deskripsi, dan menetapkan harga, Menggunakan fitur promosi dan analitik dasar di GrabMerchant. Kegiatan ini dilakukan secara kelompok kecil agar pendampingan lebih efektif dan peserta dapat langsung mempraktikkan proses secara mandiri (Fatimah, 2020); 4. Monitoring, Evaluasi, dan Tindak Lanjut Setelah pelatihan, dilakukan monitoring dan evaluasi terhadap akun GrabMerchant peserta untuk melihat: Progres aktivasi dan penggunaan akun, Perubahan perilaku digital peserta, Kendala yang dihadapi pasca pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Sebagai tindak lanjut, tim pengabdian juga membentuk grup WhatsApp sebagai sarana pendampingan lanjutan dan forum berbagi pengalaman (Purwito et al., 2024)



Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan Kegiatan
(Sumber: Peneliti, 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari Senin, 27 Januari 2025 dilaksanakan kegiatan Pendampingan Pembuatan Akun *Marketplace* (GrabMerchant) untuk Menjual Produk Rengginang Super, Banjarsari. Kegiatan ini dilaksanakan di tempat usaha Bapak Abdul Kholiq yang diikuti oleh Bapak Abdul Kholiq dan karyawan. Pembukaan dan pemaparan tujuan kegiatan pada pukul 09.00-09.30 WIB. Kemudian, dilanjutkan dengan kegiatan inti yaitu praktik pembuatan akun *marketplace* dan cara memasarkan produknya untuk menjual produk rengginang melalui aplikasi (GrabMerchant) oleh Retno Sulistyowati. Setelah pelatihan selesai, acara selanjutnya yaitu penutupan yang berisi doa dan dokumentasi kegiatan pada pukul 10.30 – 11.00 WIB. Pelatihan untuk kegiatan ini yaitu: Pendampingan Pembuatan Akun pada *Marketplace* (GrabMerchant) untuk Menjual Produk Rengginang Super Banjarsari. Pendampingan ini membahas tentang cara pembuatan akun serta cara penggunaan *Marketplace* (GrabMerchant).



**Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Akun
(Sumber: Peneliti, 2025)**

Penyampaian materi dan pelatihan pembuatan akun dilakukan di lokasi Usaha milik Bapak Abdul Kholiq, kegiatan ini diikuti pemilik usaha dan karyawan usaha rengginang super yang berlokasi di Desa Banjarsari



**Gambar 3. Pembuaatn akun Grab Merchant Berhasil dilakukan
(Sumber: Peneliti, 2025)**

Hasil dari kegiatan ini dapat dirinci sebagai berikut: a. Peningkatan Literasi Digital Pelaku UMKM Sebelum kegiatan dimulai, mayoritas pelaku usaha tidak mengenal konsep marketplace digital dan belum pernah menggunakan aplikasi seperti GrabMerchant. Melalui sesi sosialisasi dan edukasi. b. Aktivasi dan Pembuatan Akun GrabMerchant peserta pelatihan yaitu Bapak Abdul Kholiq berhasil membuat akun GrabMerchant secara mandiri dengan pendampingan. Kendala utama yang dihadapi peserta adalah keterbatasan dokumen usaha seperti NIB (Nomor Induk Berusaha) atau surat keterangan usaha. Namun, tim PkM membantu proses penyusunan dokumen melalui koordinasi dengan perangkat kelurahan. c. Upload Produk dan Manajemen Katalog Digital peserta berhasil mengunggah minimal 3 variasi produk rengginang ke akun mereka, lengkap dengan deskripsi, harga, dan foto produk. Tim pendamping memberikan bimbingan langsung terkait strategi visual produk dan copywriting sederhana agar produk terlihat menarik dan profesional. d. Evaluasi Pemanfaatan GrabMerchant. Dua minggu pasca pelatihan, dilakukan monitoring melalui

survei dan wawancara. Hasilnya, akun aktif telah menerima pesanan melalui GrabFood, mitra mengalami peningkatan permintaan, meskipun masih fluktuatif karena keterbatasan promosi digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan langsung berbasis praktik (*hands-on learning*) sangat efektif dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM. Adanya pelatihan teknis yang dilakukan secara interaktif menjadikan peserta lebih percaya diri dalam menggunakan platform digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Purwito et al., 2024), bahwa pelatihan berbasis aplikasi riil lebih memberikan efek jangka panjang dibandingkan hanya penyuluhan satu arah. Di sisi lain, keberhasilan pemanfaatan GrabMerchant juga dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur digital (seperti perangkat, sinyal internet, dan literasi penggunaan aplikasi *smartphone*).

Dari sisi ekonomi lokal, digitalisasi pemasaran rengginang memberikan peluang strategis bagi produk khas daerah Banjarsari untuk bersaing di pasar yang lebih luas (Fetriyuna, 2022). Model ini dapat direplikasi untuk produk-produk lokal lainnya yang memiliki potensi ekonomi. Namun, kegiatan ini juga menemukan beberapa tantangan: peserta harus memiliki NIB atau izin usaha formal, Beberapa peserta kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi GrabMerchant secara berkelanjutan tanpa pendampingan lebih lanjut, Minimnya pemahaman tentang strategi promosi digital menyebabkan akun GrabMerchant belum dioptimalkan sepenuhnya. Oleh karena itu, perlu ada program lanjutan berupa pendampingan promosi digital, serta kolaborasi dengan instansi pemerintah atau CSR swasta untuk mendukung legalitas dan penguatan kapasitas pelaku usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas literasi digital dan keterampilan teknis pelaku usaha *Rengginang Super Banjarsari* dalam memanfaatkan platform GrabMerchant sebagai sarana pemasaran produk secara daring. Melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung, sebagian besar peserta mampu: Memahami pentingnya transformasi digital dalam pemasaran UMKM; Membuat dan mengaktifkan akun GrabMerchant secara mandiri; Mengelola katalog produk secara daring dengan fitur-fitur GrabMerchant; Mulai memasarkan produk secara lebih luas di

lingkungan digital melalui GrabFood. Dampak dari kegiatan ini tidak hanya terlihat dari meningkatnya pemahaman digital peserta, tetapi juga dari mulai aktifnya akun GrabMerchant mereka dan masuknya pesanan melalui aplikasi. Kegiatan ini membuktikan bahwa dengan pendekatan yang tepat, pelaku usaha tradisional pun mampu beradaptasi dengan teknologi digital sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal.

SARAN

1. Perluasan dan Replikasi Program

Kegiatan ini dapat dijadikan model untuk diterapkan pada kelompok UMKM lain di wilayah Banjarsari maupun daerah sekitarnya yang memproduksi makanan khas atau produk lokal lainnya

2. Pendampingan Berkelanjutan

Diperlukan adanya **follow-up** secara berkala, baik dalam bentuk klinik digital, pelatihan lanjutan tentang strategi promosi di marketplace, hingga dukungan pengelolaan keuangan digital.

3. Penguatan Branding dan Visual Produk

Selain hadir di marketplace, pelaku usaha perlu mendapatkan pelatihan tambahan terkait **branding digital**, desain kemasan, dan fotografi produk untuk meningkatkan daya tarik di platform online

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini, kepada UMKM Rengginang Super Desa Banjarsari, LPPM Universitas PGRI Jombang

DAFTAR PUSTAKA

APJII. (2023). *Survei Internet Indonesia 2023*.

Fatimah, C. (2020). Penggunaan Metode Praktik Dalam Meningkatkan Keterampilan Teknik Budi Daya Tanaman Obat. *Jurnal Al-Azkiya*, 5(1), 25–32.

Fetriyuna, F. (2022). Manajemen Usaha Dan Teknik Pemasaran Untuk Wirausaha Pangan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora*, 4(2), 197–202. <https://doi.org/10.61296/jkbh.v4i2.13>

- Hendrawan, F. B., Mahardika, F., & Santika, D. (2024). *Penerapan Metode Prototype pada Sistem Pemesanan Jasa dan Produk Berbasis Mobile Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan dan Memperluas Jangkauan Layanan*. 7(2).
- KEMEMKOPUKM. (2022). Transformasi Digital Jadi Kunci Resiliensi UMKM. In *KEMEMKOPUKM*.
https://jdih.kominfo.go.id/monografi_hukum/monografi/t/majalah/34
- Komdigi.go.id. (2023). *Siaran Pers No. 357/HM/KOMINFO/10/2023 tentang Percepat Transformasi Digital Sektor Bisnis, Kominfo Implementasikan Tiga Program*. Komdigi. <https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/siaran-pers-no-357-hm-kominfo-10-2023-tentang-percepat-transformasi-digital-sektor-bisnis-kominfo-implementasikan-tiga-program>
- Kurniawan, A., & Noviyanti, S. (2020). *Dorong Transformasi UMKM ke Digital, Grab Luncurkan GrabMerchant*. [kompas.com.
https://money.kompas.com/read/2020/06/11/152305126/dorong-transformasi-umkm-ke-digital-grab-luncurkan-grabmerchant](https://money.kompas.com/read/2020/06/11/152305126/dorong-transformasi-umkm-ke-digital-grab-luncurkan-grabmerchant)
- Purwito, L., Sucipto, Zulkarnain, & Widyaswari, M. (2024). *PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PROGRAM INKUBASI*. 5(5), 10207–10215.
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat* (U. S. Hidayatun (ed.)). Yayasan Putra Adi Dharma Redaksi.