

Workshop Optimalisasi Penjualan dan Evaluasi Kinerja Marketplace di SMKN Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya

Acep Nurcahyadi^{1*}, Acep Sandi Mutia², Silvi Pauziah³, Raden Noviyanti⁴, Rindu Maitsa Azumi Welcom⁵

^{1,3} Program Studi Kewirausahaan, Universitas Riyadlul Ulum, Jl. Leuwi Genta, Setianagara, Kec. Cibeureum, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, 46196, Indonesia

^{2,4,5} Program Studi Sistem Informasi, Universitas Riyadlul Ulum, Jl. Leuwi Genta, Setianagara, Kec. Cibeureum, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, 46196, Indonesia

E-mail: acepsandi@uniru.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5370>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 06 Feb 2026

Revised: 12 Feb 2026

Accepted: 18 Feb 2026

Kata Kunci:

Marketplace,
Optimalisasi
Penjualan, Evaluasi
Kinerja, Workshop,
SMK.

Keywords:

Marketplace, Sales
Optimization,
Performance
Evaluation, Workshop,
Vocational School.



Perkembangan *marketplace* digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha, termasuk siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi. Namun, masih banyak siswa yang belum memahami strategi optimalisasi penjualan serta evaluasi kinerja *marketplace* secara sistematis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMKN Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya dalam mengelola *marketplace* melalui *workshop* optimalisasi penjualan dan evaluasi kinerja. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *workshop* partisipatif yang meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung pengelolaan akun *marketplace*. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui penyebaran angket kepada peserta untuk mengukur respons, relevansi materi, kemanfaatan, dan kejelasan penyampaian. Hasil evaluasi menunjukkan respons yang sangat positif dengan rata-rata skor berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata keseluruhan 4,47. Kegiatan ini dinilai mampu meningkatkan wawasan dan kesiapan siswa dalam memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana pemasaran digital secara efektif dan berkelanjutan.

The development of digital marketplaces provides significant opportunities for business actors, including vocational high school (SMK) students, to enhance technology-based entrepreneurial skills. However, many students still lack an understanding of sales optimization strategies and systematic marketplace performance evaluation. This community service activity aims to improve the knowledge and skills of students at SMKN Sukaresik, Tasikmalaya Regency, in managing marketplaces through a workshop on sales optimization and performance evaluation. The activity was implemented using a participatory workshop approach, which included material presentations, interactive discussions, and hands-on practice in managing marketplace accounts. The evaluation of the activity was conducted by distributing questionnaires to participants to measure their responses, material relevance, usefulness, and clarity of delivery. The evaluation results indicate a very positive response, with the average score falling into the "very good" category and an overall mean score of 4.47. This activity is considered effective in enhancing students' insights and readiness to utilize marketplaces as a digital marketing tool in an effective and sustainable manner.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Acep Nurcahyad, et al. (2026). Workshop Optimalisasi Penjualan dan Evaluasi Kinerja Marketplace di SMKN Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5370>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat, khususnya dalam bidang perdagangan elektronik (*e-commerce*), telah membawa perubahan signifikan terhadap pola dan mekanisme transaksi jual beli.

Kehadiran *marketplace online* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan berbagai *platform* sejenis telah mempermudah proses pemasaran, distribusi, serta interaksi antara penjual dan pembeli tanpa batasan ruang dan waktu (Ramadhani et al., 2025). Kondisi ini mendorong terjadinya pergeseran perilaku konsumen menuju transaksi digital yang lebih praktis, efisien, dan berbasis teknologi informasi.

Seiring dengan perkembangan tersebut, *marketplace* tidak hanya dimanfaatkan oleh pelaku usaha profesional dan UMKM, tetapi juga mulai diadopsi sebagai media pembelajaran kewirausahaan di dunia Pendidikan (Nurul Azizah et al., 2025), khususnya pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). SMK sebagai institusi pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang memiliki kompetensi keterampilan kerja, jiwa kewirausahaan, serta kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Pemanfaatan *marketplace* sebagai sarana pembelajaran diharapkan mampu memberikan pengalaman praktis kepada siswa dalam mengelola usaha secara nyata sesuai dengan kebutuhan dunia industri dan dunia usaha (Damanik et al., 2023).

Namun demikian, pemanfaatan *marketplace* oleh siswa SMK belum sepenuhnya optimal dan masih menghadapi berbagai kendala. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pihak SMKN Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya, ditemukan bahwa sebagian besar siswa masih memiliki keterbatasan pemahaman terkait strategi optimalisasi penjualan di *marketplace*. Kendala tersebut meliputi pengelolaan katalog produk yang belum menarik dan informatif, penentuan harga yang belum mempertimbangkan analisis pasar dan kompetitor, serta minimnya pemanfaatan strategi promosi digital seperti penggunaan fitur iklan, *voucher*, dan diskon yang tersedia pada *platform marketplace* (Sarwindah & Sains dan Bisnis Atma Luhur, 2024).

Selain itu, siswa juga belum terbiasa memanfaatkan fitur analitik yang disediakan oleh *marketplace* untuk melakukan evaluasi kinerja penjualan. Evaluasi kinerja yang terukur, seperti analisis jumlah kunjungan toko, tingkat konversi penjualan, performa produk, dan kepuasan pelanggan, masih jarang dilakukan (Mutia et al., 2025). Akibatnya, siswa mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan strategi yang telah diterapkan, sehingga pengambilan keputusan bisnis cenderung bersifat coba-coba dan tidak berbasis data.

Kurangnya pemahaman dan keterampilan tersebut berdampak langsung pada rendahnya performa penjualan serta terbatasnya pengalaman praktis siswa dalam mengelola bisnis digital secara profesional. Padahal, kemampuan dalam mengoptimalkan penjualan dan melakukan evaluasi kinerja *marketplace* merupakan keterampilan penting yang sangat dibutuhkan di era ekonomi digital, baik sebagai bekal berwirausaha mandiri maupun sebagai kesiapan memasuki dunia kerja (Damanik et al., 2023).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk *workshop* yang bersifat aplikatif, interaktif, dan kontekstual. *Workshop* ini dirancang untuk memberikan pemahaman teoritis sekaligus praktik langsung mengenai strategi optimalisasi penjualan serta teknik evaluasi kinerja *marketplace* (Eva Purnamasari et al., 2025). Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan mampu meningkatkan literasi digital, keterampilan kewirausahaan, serta kepercayaan diri dalam memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha.

Dengan demikian, kegiatan *workshop* optimalisasi penjualan dan evaluasi kinerja *marketplace* di SMKN Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya diharapkan dapat menjadi solusi nyata dalam meningkatkan kompetensi siswa. Serta mendukung pembelajaran berbasis praktik, serta berkontribusi pada penciptaan lulusan SMK yang siap bersaing di era digital (Sari & Yanto, 2025).

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di SMKN Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya dengan peserta yang terdiri dari siswa jurusan terkait kewirausahaan dan bisnis digital. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *workshop* partisipatif, dengan tahapan sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk menentukan kebutuhan mitra, waktu pelaksanaan, serta jumlah peserta. Selanjutnya dilakukan penyusunan materi *workshop* yang meliputi optimalisasi penjualan *marketplace* dan evaluasi kinerja penjualan.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk *workshop* yang terdiri atas:

1. Penyampaian materi mengenai konsep *marketplace*, strategi optimalisasi penjualan, dan indikator kinerja *marketplace*.
2. Diskusi interaktif terkait permasalahan yang dihadapi siswa dalam mengelola *marketplace*.
3. Praktik langsung pengelolaan akun *marketplace*, analisis performa penjualan, dan evaluasi data transaksi.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan menyebarkan angket kepada peserta. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan skor rata-rata (mean) dan dikategorikan berdasarkan kriteria penilaian serta menggunakan skala Likert 1-5.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Interval Skor Mean	Kategori Penilaian
1	4,21 – 5,00	Sangat Baik
2	3,41 – 4,20	Baik
3	2,61 – 3,40	Cukup
4	1,81 – 2,60	Kurang
5	1,00 – 1,80	Sangat Kurang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *workshop* diikuti oleh 30 siswa SMKN Sukaresik dengan antusiasme yang tinggi. Selama kegiatan berlangsung, peserta aktif dalam sesi diskusi dan praktik langsung. Materi optimalisasi penjualan membantu siswa memahami pentingnya tampilan produk, strategi promosi, serta pemanfaatan fitur *marketplace* untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan.



Gambar 1. Penyampaian Materi



Gambar 2. Diskusi interaktif

Gambar 1 memperlihatkan proses penyampaian materi oleh narasumber kepada peserta *workshop*. Pada tahap ini, narasumber menyampaikan materi terkait konsep dasar *marketplace*, strategi optimalisasi penjualan, pengelolaan tampilan produk, penentuan harga, serta pemanfaatan fitur-fitur *marketplace* untuk meningkatkan visibilitas produk. Peserta terlihat fokus mengikuti pemaparan materi, yang menunjukkan ketertarikan siswa terhadap topik yang disampaikan serta relevansi materi dengan kebutuhan pembelajaran kewirausahaan di SMK.

Selanjutnya, Gambar 2 menunjukkan suasana diskusi interaktif antara narasumber dan peserta. Pada sesi ini, siswa secara aktif mengajukan pertanyaan, berdiskusi, serta mempraktikkan langsung penggunaan *marketplace* berdasarkan contoh dan studi kasus yang diberikan. Diskusi interaktif ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman siswa terhadap materi, khususnya dalam penerapan strategi promosi dan evaluasi kinerja penjualan secara sederhana dan terukur.



Gambar 3. Praktik pengelolaan akun *marketplace*

Pada Gambar 3 kegiatan *workshop* dilanjutkan dengan sesi praktik pengelolaan akun *marketplace* yang diikuti secara langsung oleh peserta. Pada tahap ini, siswa menggunakan perangkat laptop masing-masing untuk mempraktikkan materi yang telah disampaikan sebelumnya, sehingga pembelajaran berlangsung secara aktif dan berbasis pengalaman langsung (*learning by doing*).

Dalam sesi praktik ini, peserta dibimbing oleh narasumber dan pendamping untuk melakukan pengelolaan akun *marketplace*, mulai dari pengaturan profil toko, pengunggahan dan pengelolaan produk, penyesuaian deskripsi dan tampilan produk, hingga simulasi penerapan strategi promosi sederhana. Pendampingan dilakukan secara langsung dengan mendatangi peserta satu per satu untuk memastikan setiap siswa dapat mengikuti tahapan praktik dengan baik.

Peserta terlihat aktif dan fokus dalam mengikuti kegiatan praktik, ditunjukkan dengan keterlibatan langsung dalam pengoperasian akun *marketplace* serta diskusi singkat dengan narasumber terkait kendala yang dihadapi. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman siswa terhadap konsep optimalisasi penjualan yang telah dipelajari, sekaligus meningkatkan keterampilan teknis dalam mengelola bisnis digital secara mandiri.

Melalui sesi praktik pengelolaan akun *marketplace* ini, siswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis, tetapi juga pengalaman nyata dalam mengelola toko *online*. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesiapan siswa SMKN Sukaresik dalam memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha di era digital.

Melalui kombinasi metode penyampaian materi dan diskusi interaktif, kegiatan *workshop* berjalan secara efektif dan kondusif. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis, tetapi juga pengalaman praktis dalam memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu meningkatkan literasi digital dan kompetensi kewirausahaan siswa SMKN Sukaresik agar lebih siap menghadapi tantangan di era ekonomi digital.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Pernyataan	Skor Mean	Kategori
1	Materi workshop sesuai dengan kebutuhan siswa dalam pemanfaatan <i>marketplace</i>	4,53	Sangat Baik
2	Penyampaian materi oleh narasumber mudah dipahami dan jelas	4,47	Sangat Baik
3	Kegiatan workshop dilaksanakan dengan baik dan didukung sarana yang memadai	4,33	Sangat Baik
4	Workshop meningkatkan pemahaman tentang strategi optimalisasi penjualan	4,40	Sangat Baik
5	Workshop memberikan manfaat dan motivasi untuk berwirausaha secara digital	4,60	Sangat Baik
Rata-rata Keseluruhan		4,47	Sangat Baik

Pada Tabel 2 merupakan hasil evaluasi menunjukkan bahwa respons peserta terhadap kegiatan berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata keseluruhan 4,47, baik dari aspek relevansi

materi, kebermanfaatan, maupun kejelasan penyampaian. Temuan ini menunjukkan bahwa *workshop* mampu menjawab kebutuhan siswa dan mendukung peningkatan kompetensi kewirausahaan berbasis digital.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa *workshop* optimalisasi penjualan dan evaluasi kinerja *marketplace* di SMKN Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Melalui pendekatan *workshop* partisipatif yang mengombinasikan penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung, kegiatan ini mampu memberikan pemahaman yang komprehensif kepada siswa mengenai pengelolaan *marketplace* secara efektif dan berbasis data.

Hasil evaluasi kegiatan yang melibatkan 30 peserta menunjukkan respons yang sangat positif, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,47 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan siswa, mudah dipahami, serta memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan pemahaman strategi optimalisasi penjualan dan evaluasi kinerja *marketplace*.

Selain meningkatkan wawasan teoretis, kegiatan *workshop* ini juga memberikan pengalaman praktis kepada siswa dalam mengelola akun *marketplace*, sehingga mampu memperkuat keterampilan kewirausahaan berbasis digital. Dengan demikian, kegiatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan literasi digital, kesiapan berwirausaha, serta kemampuan siswa SMKN Sukaresik dalam memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana pemasaran digital yang efektif dan berkelanjutan.

Ke depan, kegiatan serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dan dikembangkan dengan materi lanjutan, seperti analisis data penjualan, strategi branding digital, dan pemanfaatan iklan berbayar, guna mendukung penciptaan lulusan SMK yang lebih kompeten dan siap bersaing di era ekonomi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak SMKN Sukaresik Kabupaten Tasikmalaya atas kerja sama dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini, serta kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

REFERENSI

- Damanik, D. P. P., Simanjuntak, D. C. Y., Malau, Y. N., Purnasari, N., & Hayati, K. (2023). Literasi Digital Marketing dan Pemanfaatan Marketplace dalam Pengembangan Bisnis Online di SMK Pangeran Antasari Kota Medan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1671–1677. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1174>
- Eva Purnamasari, Karnowahadi, K., Wiedayanti, D. F., Noor Surojja, Achmad Zaenuddin, Bagus Yuniyanto Wibowo, & Vika Diyah Ardiyanti. (2025). Pelatihan Kewirausahaan Kreatif Guna Membangun Jiwa Young Entrepreneur Melalui Program Osis SMK Nurul Islami Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 10379–10383. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3320>
- Mutia, A. S., Nurcahyadi, A., Sarji, S., Hidayat, L. F., Nurjanah, A. S., & Hardianti, P. (2025). Edukasi Bijak Bermedia Sosial Untuk Efisiensi Digital Marketing Pada UMKM Di Desa Maparah. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 2487–2493.
- Nurul Azizah, Asma Nadya Nasution, Lila Ines Gheshia Br Ginting, Gaby Romauli Simarmata, Muhammad Dzaki Zulwaqar, & Devi Intan Sitompul. (2025). Analisis Peran Teks Ulasan sebagai Media Promosi Produk Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 7317–7323. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3002>
- Ramadhani, N., Sugesti, A. I., Sagita, D. N., & Purwanto, E. (2025). Pemanfaatan Marketplace Digital dalam meningkatkan Kinerja UMKM melalui Sarana Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 20. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3560>

- Sari, P. I., & Yanto, S. (2025). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Bagi Siswa SMK Negeri 9 Sebagai Bekal Kewirausahaan di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(1), 78–87. <https://doi.org/10.69812/jpn.v2i1.92>
- Sarwindah, O., & Sains dan Bisnis Atma Luhur, I. (2024). PENINGKATAN KOMPETENSI DIGITAL MARKETING DAN MARKETPLACE BAGI PESERTA DIDIK SMK NEGERI 5 PANGKALPINANG MELALUI PELATIHAN TERPADU. *JPM Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(11). <http://bajangjournal.com/index.php/JPM>