

PENGEMBANGAN TEKNOLOGI E-COMMERCE DAN EKONOMI KREATIF UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI DESA PANGPAJUNG, KECAMATAN MODUNG, KABUPATEN BANGKALAN

Titiek Rachmawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
titiekrachmawati@untag-sby.ac.id

Muhammad Taufik Hidayat

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
taufikhidayat@untag-sby.ac.id

Dewi Sutjahyani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
dewisutjahyani@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

The Community Service Program in Pangpajung Village aims to enhance community capacity in utilizing E-Commerce technology and developing the creative economy. Low digital literacy and limited entrepreneurial skills highlight the need for training. The program includes entrepreneurship workshops, marketplace training, content creation assistance, and the development of the creative product “Good Mood Sujelo.” The results indicate improvements in community knowledge of digital marketing, business management skills, and promotional strategies. This program strengthens community empowerment through education, mentoring, and the development of a technology-based entrepreneurial mindset.”

Keywords: *E-Commerce, Entrepreneurship, Creative Economy, Community Empowerment, Digital Marketing.*

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Pangpajung bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pemanfaatan teknologi E-Commerce dan pengembangan ekonomi kreatif. Rendahnya literasi digital dan keterampilan kewirausahaan menjadi dasar perlunya pelatihan. Program yang dilaksanakan meliputi sosialisasi kewirausahaan, pelatihan penggunaan marketplace, pendampingan pembuatan konten, serta pembuatan produk kreatif “Good Mood Sujelo”. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai pemasaran digital, kemampuan mengelola usaha, dan pemahaman strategi promosi. Kegiatan ini juga memperkuat pemberdayaan masyarakat melalui edukasi, pendampingan, dan pembentukan pola pikir wirausaha berbasis teknologi.

Kata Kunci: *E-Commerce, Kewirausahaan, Ekonomi Kreatif, Pemberdayaan Masyarakat, Digital Marketing*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan pada berbagai sektor kehidupan, termasuk pola interaksi sosial, dinamika ekonomi, hingga sistem perdagangan modern. Salah satu perkembangan paling menonjol adalah meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat, terutama melalui platform *Electronic Commerce* atau E-Commerce. Transformasi digital yang merambah hingga ke pelosok daerah menjadi momentum penting bagi masyarakat untuk meningkatkan daya saing, produktivitas, serta akses terhadap pasar yang lebih luas (Wibowo, 2014). Namun, pemanfaatan teknologi digital secara optimal membutuhkan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan masyarakat dalam beradaptasi dengan perubahan tersebut.

Desa Pangpajung di Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu wilayah dengan potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital. Masyarakat desa memiliki berbagai produk unggulan, keterampilan lokal, dan potensi wirausaha yang cukup menjanjikan. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital dan kurangnya pemahaman tentang pemanfaatan teknologi E-Commerce sebagai sarana pemasaran modern. Hal ini sejalan dengan temuan Nugroho (2021) yang menyatakan bahwa banyak pelaku usaha kecil dan menengah di Indonesia belum mengoptimalkan teknologi pemasaran digital, meskipun E-Commerce dapat menjadi pendorong peningkatan pendapatan dan perluasan pasar.

Selain rendahnya literasi digital, masyarakat Desa Pangpajung juga menghadapi kendala minimnya pengetahuan tentang konsep kewirausahaan modern serta manajemen usaha yang efektif. Tantangan ini menyebabkan sebagian besar aktivitas ekonomi masih dijalankan secara tradisional, sehingga produk lokal yang dihasilkan sulit berkembang dan bersaing dengan produk dari luar daerah. Dalam konteks inilah, kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Kegiatan Pengabdian Masyarakat) menjadi sangat penting untuk memberikan intervensi edukatif, pendampingan, dan pemberdayaan yang terarah. Pemerintah maupun institusi pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam memfasilitasi masyarakat agar mampu memanfaatkan peluang digital secara optimal (Akbar, 2021).

Urgensi pengembangan E-Commerce di desa tidak hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga berdampak pada penguatan ekonomi lokal secara keseluruhan. Menurut Kotler dan Keller (2016), perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin digital mengharuskan pelaku usaha untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar tetap relevan. Desa-desa yang mampu mengikuti perkembangan digital akan memiliki peluang lebih besar untuk menembus pasar regional bahkan nasional. Dengan demikian, penting untuk mendorong masyarakat Desa Pangpajung agar memahami teknologi digital sebagai modal dasar dalam berwirausaha.

Penerapan E-Commerce juga berkontribusi pada efisiensi operasional usaha kecil. Menurut Laudon dan Traver (2020), E-Commerce memungkinkan proses

bisnis menjadi lebih cepat, transparan, dan fleksibel dengan meminimalkan kendala jarak maupun waktu. Produk lokal desa dapat dipasarkan melalui platform seperti Shopee, Tokopedia, atau media sosial Instagram dan Facebook tanpa harus mengeluarkan biaya pemasaran yang besar. Namun, agar pemanfaatan ini efektif, masyarakat perlu dibekali kemampuan teknis seperti membuat akun toko online, mengunggah produk dengan standar fotografi yang baik, memahami sistem pembayaran digital, serta menerapkan strategi pemasaran konten.

Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk edukasi kewirausahaan dan pelatihan E-Commerce juga memiliki rasionalisasi akademik yang kuat. Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai penyelenggara pendidikan dan penelitian, tetapi juga berkewajiban mentransformasikan pengetahuan kepada masyarakat melalui kegiatan pengabdian. Menurut Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, tridharma perguruan tinggi harus diwujudkan secara nyata guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pemberdayaan wilayah. Oleh karena itu, Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Pangpajung merupakan bentuk keterlibatan akademisi dalam membantu masyarakat beradaptasi dengan ekonomi digital.

Lebih lanjut, perkembangan ekonomi kreatif di desa memerlukan dukungan berupa peningkatan keterampilan dan kreativitas masyarakat. Ekonomi kreatif menekankan pada inovasi produk, nilai tambah, dan eksplorasi kreativitas yang berasal dari potensi lokal (Howkins, 2013). Produk seperti minuman lokal “Good Mood Sujelo”, kerajinan tangan, dan hasil produksi santri memiliki peluang besar untuk dipasarkan secara digital apabila dikemas dengan strategi yang tepat. Melalui pelatihan dan pendampingan, masyarakat dapat diberdayakan untuk mengembangkan produk lokal menjadi lebih menarik dan memiliki nilai komersial yang tinggi.

Urgensi kegiatan pengabdian ini juga tampak dari kesenjangan digital yang masih terjadi di wilayah pedesaan. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022), tingkat penetrasi internet di desa masih tertinggal dibandingkan wilayah perkotaan, terutama terkait pemanfaatan internet untuk kegiatan produktif. Meskipun akses internet semakin membaik, pemahaman penggunaan internet untuk aktivitas ekonomi seperti E-Commerce masih rendah. Hal ini diperkuat oleh penelitian Fahmi (2020) yang menunjukkan bahwa masyarakat desa cenderung menggunakan internet hanya untuk hiburan, bukan untuk kegiatan bisnis atau peningkatan pendapatan.

Selain itu, pelatihan kewirausahaan sangat penting untuk membangun pola pikir wirausaha yang kreatif, mandiri, dan inovatif. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2018), kewirausahaan merupakan proses dinamis untuk menciptakan nilai melalui inovasi dan pemanfaatan peluang. Di Desa Pangpajung, penguatan mental kewirausahaan dapat membantu masyarakat lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha, memahami perhitungan biaya produksi, membuat strategi pemasaran, serta merencanakan pengembangan usaha jangka panjang. Dengan demikian, kegiatan Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang berbasis pengembangan kewirausahaan menjadi relevan untuk memperkuat sumber daya manusia desa.

Rasionalisasi kegiatan ini juga didukung oleh perkembangan globalisasi ekonomi yang menuntut setiap individu untuk memiliki kemampuan adaptif

terhadap teknologi. Digitalisasi telah membuka peluang tanpa batas, dan desa-desa dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk menciptakan inovasi ekonomi lokal. Menurut Rahayu dan Day (2017), UMKM yang memanfaatkan digital marketing mengalami peningkatan signifikan dalam penjualan dan jangkauan pasar. Melalui pelatihan marketplace Shopee, masyarakat Desa Pangpajung diharapkan dapat memperluas pemasaran produk tanpa bergantung pada pemasaran secara offline.

Kegiatan Pengabdian ini juga memiliki urgensi sosial, yaitu mendukung pemberdayaan kelompok santri di Pondok Pesantren At-Tahririyah yang selama ini memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi karena aturan penggunaan gawai. Dengan pendekatan melalui komputer dan buku panduan, santri tetap dapat mempelajari E-Commerce sambil mempertahankan disiplin pesantren. Pendekatan ini sejalan dengan metode pemberdayaan partisipatif yang menekankan adaptasi terhadap kondisi sosial-budaya masyarakat (Chambers, 1997).

Pelatihan pembuatan produk minuman kreatif “Good Mood Sujelo” juga merupakan langkah strategis untuk mengenalkan konsep ekonomi kreatif berbasis keterampilan sederhana. Pengenalan tentang perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan strategi pemasaran melalui media sosial membantu masyarakat memahami konsep dasar usaha modern. Menurut Resmi (2020), pemahaman HPP sangat penting agar pelaku usaha dapat menentukan harga jual yang kompetitif dan tetap memperoleh keuntungan.

Urgensi lain dari kegiatan pengabdian ini adalah menguatkan fungsi sosial perguruan tinggi dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan nonformal. Menurut Tilaar (2012), pendidikan masyarakat merupakan proses pembelajaran yang memungkinkan individu mengembangkan kemampuan diri untuk meningkatkan kualitas hidup. Dalam konteks ini, Kegiatan Pengabdian Masyarakat menjadi sarana efektif bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu sekaligus memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

Selain mendukung peningkatan literasi digital, kegiatan ini juga membantu memperkuat karakter generasi muda di desa melalui motivasi pendidikan. Kegiatan mengajar dan memberikan motivasi bagi siswa SMA dan SMK bertujuan menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pendidikan tinggi sebagai jalan menuju masa depan yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan pandangan Djojonegoro (2010) bahwa pendidikan merupakan investasi jangka panjang bagi pembangunan manusia yang unggul.

Selain manfaat ekonomi dan pendidikan, kegiatan pengabdian juga mencakup aspek sosial melalui pelaksanaan bakti sosial bagi anak yatim dan piatu. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak hanya menyentuh aspek ekonomi, tetapi juga solidaritas sosial dan empati antaranggota masyarakat.

Melalui berbagai program tersebut, kegiatan Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini memiliki urgensi yang kuat sebagai bentuk intervensi yang komprehensif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Pangpajung. Kegiatan ini tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membangun kapasitas, mengembangkan kreativitas, memperkuat karakter, dan membuka peluang ekonomi yang lebih luas. Dengan demikian, pelaksanaan pengabdian ini diharapkan memberi dampak berkelanjutan serta menjadi inspirasi bagi kegiatan pemberdayaan masyarakat di desa-desa lain.

B. METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian dalam kegiatan KKN Tematik ini dirancang secara sistematis, komprehensif, dan berbasis kebutuhan masyarakat Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan, dengan tujuan utama meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi E-Commerce serta mengembangkan potensi ekonomi kreatif desa melalui pelatihan, sosialisasi, dan pendampingan yang berkelanjutan.

Seluruh rangkaian kegiatan disusun berdasarkan hasil analisis situasi dan identifikasi masalah yang dilakukan pada tahap awal, meliputi observasi lingkungan, diskusi dengan perangkat desa dan pengurus pondok pesantren, serta pemetaan kondisi sosial-ekonomi masyarakat yang menunjukkan bahwa literasi digital masyarakat masih rendah, keterampilan kewirausahaan belum berkembang optimal, serta pelaku usaha setempat belum memahami pemanfaatan marketplace dan media sosial sebagai sarana pemasaran modern. Oleh karena itu, metode pengabdian dirancang untuk menjawab permasalahan tersebut melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahap pelaksanaan kegiatan.

Pendekatan partisipatif dipilih karena dapat menciptakan suasana belajar yang interaktif, memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengemukakan gagasan, serta membangun rasa memiliki terhadap program, sehingga materi yang diberikan tidak hanya dipahami, tetapi juga diterapkan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari.

Pelaksanaan pengabdian dimulai dengan tahap persiapan yang meliputi penyusunan proposal kegiatan, perumusan rencana kerja, koordinasi dengan kepala desa dan pengurus Pondok Pesantren At-Tahririyah, serta survei lokasi pelaksanaan program untuk memastikan kesiapan fasilitas. Pada tahap ini, mahasiswa juga menyiapkan seluruh bahan materi seperti presentasi sosialisasi kewirausahaan, buku panduan E-Commerce, video tutorial marketplace Shopee, dan rancangan pelatihan pembuatan produk kreatif. Perencanaan awal ini penting untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan yang akan dijalankan memiliki arah yang jelas dan relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta memudahkan koordinasi selama pelaksanaan berlangsung. Setelah tahap persiapan selesai, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi kewirausahaan yang bertujuan memberikan landasan konseptual kepada masyarakat mengenai pentingnya memiliki jiwa wirausaha, kemampuan membaca peluang, serta membangun mental yang berani mengambil risiko dalam mengembangkan usaha. Pada sesi ini, peserta diperkenalkan dengan konsep-konsep dasar kewirausahaan, seperti kreativitas dalam menciptakan ide usaha, inovasi dalam memodifikasi produk yang sudah ada, manajemen usaha sederhana, hingga strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku usaha pemula.

Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif yang dipadukan dengan pemutaran slide dan diskusi langsung agar peserta dapat memahami materi secara mendalam. Selain itu, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya, menyampaikan pengalaman, serta menganalisis potensi usaha yang dapat dikembangkan di lingkungan mereka. Tahap berikutnya adalah pelatihan pengenalan teknologi E-Commerce dan marketplace Shopee. Pelatihan ini menjadi inti dari program pengabdian mengingat marketplace merupakan salah satu

platform paling mudah diakses dan digunakan oleh masyarakat, terutama pemula. Pelatihan dimulai dengan penjelasan mengenai definisi E-Commerce, potensi keuntungan penjualan online, serta perbedaan antara pemasaran digital dan pemasaran tradisional. Selanjutnya, peserta dituntun secara bertahap untuk membuat akun Shopee, memahami fitur-fitur penting seperti pengaturan toko, unggah produk, pembuatan deskripsi, pengaturan harga, pemilihan jasa ekspedisi, hingga pengelolaan pesanan. Dalam pelatihan ini, metode demonstrasi digunakan dengan menampilkan video tutorial dan contoh nyata pengoperasian marketplace melalui komputer pondok pesantren. Karena santri tidak diperbolehkan membawa ponsel, pelatihan difokuskan pada penggunaan komputer sehingga mereka tetap dapat mengikuti kegiatan dengan efektif.

Metode pendampingan dilakukan secara personal dan kelompok kecil agar setiap peserta dapat memahami tahapan teknis dengan lebih baik. Setelah memahami penggunaan marketplace, kegiatan dilanjutkan dengan praktik pembuatan produk kreatif “Good Mood Sujelo” sebagai bentuk pelatihan ekonomi kreatif yang dapat dikelola oleh masyarakat. Produk ini dipilih karena mudah dibuat, bahan mudah ditemukan, biaya produksi rendah, dan memiliki peluang pasar yang cukup tinggi. Pada tahap ini, masyarakat diajarkan cara mengolah bahan, meracik susu jeli oreo, menghitung harga pokok produksi (HPP), dan menentukan harga jual yang kompetitif. Selain itu, masyarakat juga dilatih membuat branding sederhana melalui desain stiker produk yang menarik dan mudah dikenali. Kemudian, peserta diajak mempraktikkan pengemasan produk dan menempelkan stiker agar produk terlihat lebih profesional dan layak dipasarkan secara digital. Pendekatan praktik langsung ini penting karena memberikan pengalaman nyata kepada masyarakat dalam memproduksi barang yang bernilai ekonomi. Setelah pelatihan pembuatan produk, metode pengabdian dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran melalui media sosial, terutama Instagram.

Peserta diperkenalkan dengan konsep pemasaran digital, teknik pembuatan konten yang menarik, penggunaan hashtag, pemilihan foto produk, penulisan caption yang persuasif, serta cara membangun interaksi dengan pelanggan. Peserta juga mempraktikkan teknik fotografi sederhana menggunakan cahaya alami agar hasil foto produk terlihat profesional tanpa memerlukan peralatan mahal. Selain pelatihan inti, metode pengabdian ini juga mencakup kegiatan pendampingan lanjutan seperti pelatihan melukis totebag sebagai bentuk kreativitas tambahan, kegiatan mengajar di SMK untuk memberikan motivasi pendidikan kepada siswa, pembuatan poster untuk meningkatkan kesadaran lingkungan, serta pelaksanaan bakti sosial untuk memperkuat solidaritas masyarakat. Semua kegiatan ini dirancang untuk memperkaya pengalaman masyarakat dan memperluas manfaat pengabdian tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga sosial dan pendidikan.

Setiap kegiatan dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi, demonstrasi, simulasi, dan praktik langsung yang dilakukan selama 12 hari dengan total 60 jam pelaksanaan. Tahap akhir dari metode pengabdian adalah evaluasi dan penyusunan laporan akhir. Evaluasi dilakukan dengan mengamati tingkat pemahaman peserta, kemampuan peserta dalam mempraktikkan materi, serta respon terhadap program yang telah dijalankan. Evaluasi ini penting untuk mengetahui keberhasilan kegiatan, kendala yang muncul, dan rekomendasi untuk pelaksanaan pengabdian

berikutnya. Berdasarkan keseluruhan pelaksanaan kegiatan, metode pengabdian yang digunakan berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital, keterampilan kewirausahaan, dan motivasi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis digital.

Pendekatan yang digunakan terbukti efektif karena memadukan teori dan praktik secara seimbang, melibatkan masyarakat secara aktif, serta didukung oleh pendampingan yang berkelanjutan. Dengan demikian, metode pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model implementasi program pemberdayaan masyarakat yang relevan untuk diterapkan di desa lain, terutama dalam konteks pengembangan E-Commerce dan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam program KKN Tematik di Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan, memberikan gambaran yang jelas mengenai dinamika sosial, antusiasme peserta, serta efektivitas pendekatan yang digunakan dalam meningkatkan kapasitas masyarakat, khususnya dalam bidang kewirausahaan, ekonomi kreatif, dan pemanfaatan teknologi E-Commerce. Secara umum, kegiatan pengabdian berlangsung selama dua belas hari dan mencakup berbagai rangkaian aktivitas mulai dari tahap persiapan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, hingga kegiatan sosial. Keseluruhan kegiatan dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang selama ini masih menghadapi keterbatasan literasi digital serta minimnya pengetahuan tentang pengembangan usaha berbasis teknologi. Gambaran umum kegiatan ini tidak hanya menunjukkan bagaimana program dilaksanakan, tetapi juga mencerminkan perkembangan pengetahuan masyarakat serta perubahan sikap yang muncul setelah mengikuti serangkaian pelatihan dan pendampingan.

Pada tahap awal pelaksanaan, kegiatan dimulai dengan proses koordinasi dan survei lokasi yang dilakukan bersama perangkat desa dan pengurus Pondok Pesantren At-Tahririyah. Pertemuan ini penting untuk memastikan bahwa setiap kegiatan dapat berjalan sesuai kebutuhan dan kondisi masyarakat. Hasil koordinasi menunjukkan bahwa masyarakat, terutama santri dan pemuda desa, sangat membutuhkan pelatihan keterampilan praktis yang dapat membantu mereka menghadapi tantangan ekonomi modern. Teridentifikasinya permasalahan rendahnya pengetahuan mengenai E-Commerce dan kewirausahaan kemudian menjadi dasar utama perumusan program. Meskipun masyarakat memiliki potensi usaha seperti produksi makanan dan minuman sederhana, keterbatasan pengetahuan pemasaran digital membuat produk tersebut tidak berkembang optimal. Kondisi ini menguatkan urgensi pelaksanaan pengabdian sebagai upaya memfasilitasi masyarakat desa agar bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

Salah satu kegiatan awal yang memberikan dampak signifikan adalah sosialisasi kewirausahaan. Dalam sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pola pikir wirausaha, pentingnya kreativitas dalam menciptakan peluang usaha, serta bagaimana menghadapi risiko dalam membangun bisnis. Melalui penjelasan dan diskusi interaktif, peserta mulai memahami bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang menjual produk, tetapi juga tentang kemampuan memanfaatkan peluang di

sekitar mereka. Banyak peserta yang mengaku baru memahami konsep dasar kewirausahaan secara jelas setelah mengikuti kegiatan ini. Dampak positif yang terlihat adalah munculnya motivasi dan semangat di antara peserta untuk mencoba mengembangkan ide usaha baru yang sebelumnya belum pernah terpikirkan.

Kegiatan yang menjadi fokus utama dalam pengabdian ini adalah pelatihan teknologi E-Commerce, khususnya penggunaan marketplace Shopee. Pelatihan ini bertujuan membekali peserta dengan keterampilan teknis agar dapat memasarkan produk secara digital. Tantangan terbesar pada kegiatan ini adalah santri pondok pesantren yang tidak diperbolehkan membawa telepon genggam, sehingga pelatihan dialihkan dengan memanfaatkan komputer pondok yang tersedia. Meskipun terdapat keterbatasan sarana, pelaksanaan pelatihan tetap berjalan efektif dengan penggunaan video tutorial, buku panduan, serta demonstrasi langsung yang dilakukan secara bertahap. Peserta belajar membuat akun toko, mengunggah foto produk, menulis deskripsi menarik, menentukan harga jual, hingga memahami proses transaksi dan pengiriman barang. Salah satu hasil penting dari pelatihan ini adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam mengoperasikan marketplace, termasuk dalam memahami strategi promosi dasar seperti penggunaan fitur gratis ongkir, voucher diskon, dan teknik pengemasan produk yang baik.

Selain pelatihan digital, kegiatan pengabdian juga mencakup pelatihan pembuatan produk kreatif “Good Mood Sujelo”, yaitu minuman berbahan dasar susu dan jeli dengan tambahan oreo. Pelatihan ini menjadi salah satu kegiatan yang paling diminati peserta karena memberikan keterampilan praktis yang dapat secara langsung menghasilkan produk bernilai ekonomi. Peserta dilatih mulai dari menyiapkan bahan, mengukur komposisi, mencampur bahan dengan teknik yang tepat, hingga proses pengemasan dan penempelan stiker desain. Selain praktik pembuatan produk, peserta diajak memahami konsep harga pokok produksi (HPP) agar mereka dapat menentukan harga jual produk dengan benar. Pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga menanamkan pemahaman mengenai pentingnya kualitas produk, kebersihan proses produksi, serta strategi branding sederhana melalui penggunaan stiker kemasan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu membuat produk secara mandiri dan memahami potensi penjualan produk tersebut jika dipasarkan melalui marketplace atau media sosial.

Gambaran kegiatan lainnya adalah pelatihan pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram. Peserta diperkenalkan dengan cara membuat konten promosi, teknik dasar fotografi produk, pemilihan caption yang menarik, serta penggunaan hashtag untuk meningkatkan jangkauan promosi. Peserta juga diajak mempraktikkan cara mengambil gambar produk menggunakan cahaya alami sehingga hasil foto terlihat lebih profesional. Dampak dari kegiatan ini terlihat dari meningkatnya pengetahuan peserta dalam membuat konten sederhana namun efektif untuk keperluan promosi. Peserta mulai memahami bahwa pemasaran digital tidak harus rumit dan dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat sederhana yang telah mereka miliki.

Selain kegiatan yang berfokus pada peningkatan keterampilan ekonomi, KKN Tematik ini juga melaksanakan kegiatan pendukung seperti pelatihan melukis totebag yang bertujuan menumbuhkan kreativitas dan memperkenalkan peluang

usaha berbasis kerajinan tangan. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi karena kegiatan ini memberikan pengalaman baru dalam seni dan praktik desain produk. Selain itu, kegiatan mengajar di SMK Al-Bahary dan pembuatan poster kebersihan lingkungan memberikan warna sosial dalam pelaksanaan pengabdian. Melalui kegiatan ini, peserta didik mendapatkan motivasi tentang pentingnya pendidikan dan peran mereka dalam meningkatkan kualitas lingkungan desa. Kegiatan bakti sosial kepada anak yatim/piatu turut melengkapi rangkaian pengabdian sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat desa.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat Desa Pangpajung memiliki antusiasme tinggi dan respon positif terhadap setiap program yang dilaksanakan. Perubahan yang paling terlihat adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk aktivitas produktif. Masyarakat yang sebelumnya belum mengenal marketplace kini mampu memahami cara kerjanya. Peserta yang awalnya belum pernah membuat produk kreatif kini dapat menghasilkan produk dengan kemasan yang menarik. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran sosial, motivasi pendidikan, dan kreativitas peserta. Pembahasan dari keseluruhan kegiatan mencerminkan bahwa metode pengabdian yang digunakan telah berjalan efektif dalam menjawab permasalahan masyarakat, serta memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi kreatif dan literasi digital berbasis teknologi di desa.

Materi Kegiatan

Adapun rangkaian kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan meliputi:

Materi kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan di Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan, merupakan rangkaian terstruktur yang dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat dalam meningkatkan kemampuan kewirausahaan, literasi digital, dan pengembangan ekonomi kreatif. Seluruh materi kegiatan disusun berdasarkan hasil analisis lapangan yang menunjukkan bahwa masyarakat, terutama para santri dan pemuda desa, memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan usaha, namun terkendala keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran modern, pemanfaatan teknologi, dan kemampuan produksi yang kreatif. Oleh karena itu, materi kegiatan disusun secara sistematis mulai dari penyadaran, penguatan konsep, hingga pelatihan praktik langsung. Materi pertama yang disampaikan adalah sosialisasi kewirausahaan yang bertujuan memberikan pemahaman dasar mengenai konsep berwirausaha kepada masyarakat. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada definisi kewirausahaan, ciri-ciri wirausahawan sukses, pentingnya kreativitas dalam menciptakan peluang, serta bagaimana mengidentifikasi potensi usaha berbasis lingkungan sekitar. Selain itu, materi ini menekankan pentingnya perubahan pola pikir dari sekadar konsumen menjadi individu yang produktif dan mampu menghasilkan nilai ekonomi. Melalui pendekatan ceramah interaktif, peserta diajak untuk memahami bagaimana peluang usaha dapat muncul dari hal-hal sederhana di sekitar mereka. Materi ini juga dilengkapi dengan contoh kisah sukses wirausahawan lokal maupun nasional guna memotivasi peserta untuk berani memulai usaha meskipun dengan modal terbatas. Diskusi terbuka dilakukan agar peserta dapat menyampaikan ide-ide usaha yang mungkin dapat mereka jalankan di lingkungan desa.

Materi berikutnya adalah pengenalan teknologi E-Commerce, yang menjadi inti dari program pengabdian ini. Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai perkembangan ekonomi digital, manfaat penggunaan platform E-Commerce, serta bagaimana perubahan teknologi memberikan peluang bagi masyarakat desa untuk memasarkan produk ke pasar yang lebih luas. Materi ini meliputi penjelasan tentang berbagai jenis marketplace di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, serta alasan mengapa marketplace menjadi media pemasaran yang efisien dan mudah digunakan oleh pelaku usaha pemula. Setelah memahami konsep dasar E-Commerce, materi dilanjutkan dengan pelatihan teknis penggunaan marketplace Shopee. Pada tahap ini, peserta dipandu untuk membuat akun toko, mengisi profil toko, serta mempelajari berbagai fitur yang tersedia seperti pengaturan katalog produk, pembuatan deskripsi produk, pengaturan harga, pilihan jasa pengiriman, dan cara memproses pesanan. Pelatihan ini disampaikan melalui video tutorial, demonstrasi langsung menggunakan komputer pondok pesantren, dan buku panduan marketplace Shopee yang diberikan kepada peserta. Peserta diajak mempraktikkan proses mengunggah foto produk, menulis deskripsi yang menarik, dan memahami bagaimana strategi promosi dilakukan dalam marketplace. Meskipun terdapat keterbatasan penggunaan gawai karena sebagian peserta adalah santri, kegiatan tetap berjalan efektif berkat penggunaan sarana komputer yang tersedia.

Selanjutnya, materi kegiatan difokuskan pada pelatihan pembuatan produk kreatif “Good Mood Sujelo”, yaitu minuman berbahan dasar susu dan jeli yang dapat diproduksi dengan mudah oleh masyarakat. Materi ini mencakup pengenalan bahan-bahan yang digunakan, teknik pengolahan jeli yang benar, cara mencampur bahan agar menghasilkan rasa yang konsisten, serta teknik pengemasan produk agar terlihat menarik dan layak dipasarkan. Peserta juga diberikan wawasan mengenai pentingnya kebersihan, standar produksi sederhana, dan penggunaan peralatan yang tepat. Selain itu, materi ini juga menekankan pentingnya branding dalam produk kreatif. Peserta diajarkan untuk menempelkan stiker produk yang telah didesain sebelumnya, sehingga produk memiliki identitas yang membedakannya dari produk lain. Pelatihan ini memberikan pengalaman langsung kepada peserta untuk membuat produk dari awal hingga tahap pengemasan, sehingga mereka memahami alur produksi dengan jelas. Selain pembuatan produk, peserta juga diberikan materi mengenai perhitungan harga pokok produksi (HPP) agar mereka dapat menentukan harga jual yang masuk akal dan kompetitif. Pemahaman ini penting untuk memastikan usaha yang dijalankan dapat menghasilkan keuntungan dan berkelanjutan.

Materi berikutnya adalah pelatihan pemasaran digital melalui media sosial, terutama Instagram. Dalam materi ini, peserta diperkenalkan pada konsep pemasaran modern, pentingnya visual dalam promosi, serta bagaimana media sosial dapat menjadi alat pemasaran yang efektif dan tanpa biaya besar. Peserta diajarkan teknik dasar fotografi produk menggunakan cahaya alami, cara mengatur tata letak produk agar menarik, serta strategi penulisan caption yang mampu menarik minat calon pembeli. Selain itu, peserta juga diberikan penjelasan mengenai penggunaan hashtag, interaksi dengan konsumen, dan pengelolaan akun bisnis agar pemasaran berjalan konsisten. Materi ini bertujuan agar masyarakat mampu memanfaatkan

platform media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan secara mandiri.

Selain materi utama tersebut, kegiatan pengabdian juga mencakup materi pendukung seperti pelatihan melukis totebag untuk menumbuhkan kreativitas dan memberikan wawasan mengenai peluang usaha berbasis seni. Peserta diberikan bahan totebag, cat air, dan kuas, lalu diajak mempraktikkan teknik dasar pewarnaan dan pembuatan desain sederhana. Materi lain yang diberikan adalah edukasi lingkungan melalui pembuatan poster kebersihan, serta kegiatan sosial berupa pembagian bantuan kepada anak yatim/piatu sebagai bentuk kepedulian. Keseluruhan rangkaian materi kegiatan ini memberikan pengalaman holistik yang tidak hanya menekankan aspek ekonomi, tetapi juga kreativitas, kepedulian sosial, dan pembangunan karakter masyarakat. Pelaksanaan materi secara terstruktur, interaktif, dan aplikatif telah memberikan dampak positif bagi peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi masyarakat Desa Pangpajung dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi dan ekonomi kreatif.

Hasil Kegiatan

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini dapat dilihat dari berbagai aspek berikut:

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini dapat dilihat dari berbagai aspek yang menunjukkan peningkatan kapasitas, keterampilan, serta pemahaman masyarakat Desa Pangpajung setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Dari aspek pengetahuan dan pemahaman, masyarakat mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman mengenai konsep dasar kewirausahaan dan pentingnya memiliki pola pikir wirausaha. Peserta yang sebelumnya belum memahami bagaimana membaca peluang usaha, kini mampu mengidentifikasi potensi ekonomi di lingkungan mereka serta mulai berani merumuskan ide bisnis sederhana. Pemahaman tentang manajemen usaha, strategi pemasaran, dan proses produksi turut mengalami peningkatan sehingga masyarakat memiliki landasan yang lebih kuat dalam memulai usaha kecil.

Dari aspek literasi digital dan pemanfaatan teknologi, kegiatan pengabdian ini menunjukkan dampak positif yang jelas. Peserta yang pada awalnya tidak mengetahui cara menggunakan marketplace kini mampu membuat akun toko, memahami fitur penjualan, mengunggah produk, serta mengelola toko secara mandiri melalui komputer yang tersedia di pondok pesantren. Pengenalan dan pelatihan penggunaan marketplace Shopee membantu peserta memahami bagaimana memasarkan produk secara online, mengatur harga, menulis deskripsi produk yang menarik, hingga memahami alur transaksi digital. Meskipun terdapat keterbatasan dalam penggunaan telepon genggam, pelatihan tetap berjalan efektif dan memberikan peningkatan kemampuan digital yang nyata.

Pada aspek keterampilan produksi dan kreativitas, kegiatan pelatihan pembuatan produk “Good Mood Sujelo” memberikan hasil nyata berupa kemampuan peserta dalam memproduksi minuman kreatif dengan standar kualitas yang konsisten. Peserta mampu meracik bahan, menentukan komposisi yang tepat, serta melakukan proses pengemasan dengan rapi menggunakan stiker branding yang telah dirancang khusus. Selain itu, mereka memahami cara menghitung harga pokok produksi (HPP) sehingga dapat menentukan harga jual yang kompetitif dan

berpotensi menghasilkan keuntungan. Kegiatan pelatihan melukis totebag juga menunjukkan hasil positif berupa meningkatnya kreativitas peserta dan kemampuan membuat produk kerajinan tangan yang memiliki nilai jual.

Dari aspek pemasaran digital, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam membuat konten sederhana namun menarik untuk keperluan promosi. Mereka mampu mengambil foto produk dengan pencahayaan alami, mengatur komposisi foto, dan menulis caption yang mendukung pemasaran. Peserta juga mampu menggunakan fitur dasar Instagram sebagai media promosi, seperti penggunaan hashtag dan interaksi dengan calon konsumen. Program ini membantu masyarakat memahami bahwa pemasaran digital dapat dilakukan secara sederhana, murah, tetapi tetap efektif. Pemahaman ini membuka peluang besar bagi pemasaran produk lokal desa ke pasar yang lebih luas.

Dari aspek partisipasi dan motivasi masyarakat, terlihat bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil menumbuhkan antusiasme dan semangat belajar yang tinggi. Peserta mengikuti setiap kegiatan dengan penuh perhatian dan rasa ingin tahu. Respon positif ini menunjukkan bahwa masyarakat merasa terbantu dan memperoleh manfaat nyata dari program yang diberikan. Para santri dan pemuda desa menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam mencoba hal-hal baru, seperti berbicara di depan kelas saat diskusi, mempresentasikan ide bisnis, dan mempraktikkan produksi maupun pemasaran produk.

Pada aspek penguatan karakter dan kesadaran sosial, kegiatan mengajar di SMK Al-Bahary memberikan dampak berupa meningkatnya motivasi belajar siswa mengenai pentingnya pendidikan tinggi dan masa depan karier. Sementara itu, kegiatan pembuatan poster menjaga lingkungan meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama generasi muda, tentang pentingnya kebersihan dan pelestarian lingkungan desa. Pelaksanaan bakti sosial kepada anak yatim/piatu juga mempererat hubungan emosional dan sosial di antara warga desa serta menumbuhkan rasa kepedulian dan solidaritas antaranggota masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa kegiatan KKN Tematik memberikan dampak yang luas dan berkelanjutan. Peningkatan pengetahuan, keterampilan, kreativitas, literasi digital, serta semangat berwirausaha menjadi bukti bahwa kegiatan yang dilaksanakan berjalan efektif dan sesuai kebutuhan masyarakat. Selain memberikan keterampilan praktis, kegiatan ini juga berhasil membangun mindset masyarakat bahwa mereka mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkannya untuk meningkatkan perekonomian keluarga serta potensi desa. Hasil ini diharapkan dapat menjadi fondasi yang kuat bagi masyarakat Desa Pangpajung untuk terus mengembangkan usaha berbasis teknologi dan ekonomi kreatif secara mandiri di masa mendatang.

Dokumentasi Pendukung

Sebagai bukti pelaksanaan kegiatan, berikut dokumentasi yang berhasil dihimpun:



Gambar 1. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan sosialisasi kewirausahaan



Gambar 2. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan pelatihan penggunaan marketplace Shopee



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Evaluasi dan Sosialisasi

D. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Program KKN Tematik di Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan, memberikan hasil yang signifikan dalam upaya meningkatkan kapasitas masyarakat, khususnya pada aspek kewirausahaan, literasi digital, dan pengembangan ekonomi kreatif. Seluruh rangkaian kegiatan yang mencakup sosialisasi kewirausahaan, pelatihan penggunaan marketplace Shopee, pembuatan

produk kreatif “Good Mood Sujelo”, pendampingan pemasaran digital melalui media sosial, serta kegiatan pendukung seperti pelatihan melukis totebag, edukasi lingkungan, dan bakti sosial, telah memberikan pengalaman praktis dan pengetahuan baru yang relevan dengan kebutuhan masyarakat desa. Kegiatan ini terbukti mampu membuka wawasan peserta mengenai pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dalam pengembangan usaha, sekaligus meningkatkan kemampuan teknis mereka dalam memproduksi dan memasarkan produk secara lebih modern. Para peserta yang sebelumnya belum memahami cara memanfaatkan platform digital kini mampu mengoperasikan marketplace, membuat konten promosi sederhana, hingga menghitung harga pokok produksi. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan semangat dan motivasi kewirausahaan di kalangan santri, pemuda desa, dan masyarakat umum, sehingga mereka memiliki keyakinan lebih besar untuk memulai usaha mandiri. Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran interaktif, praktik langsung, dan pendampingan intensif sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan masyarakat dan memperkuat potensi ekonomi desa berbasis teknologi dan kreativitas.

Meskipun kegiatan pengabdian memberikan hasil yang positif dan respons masyarakat sangat antusias, pelaksanaannya tidak terlepas dari berbagai kendala yang perlu diperhatikan sebagai bahan penyempurnaan untuk kegiatan selanjutnya. Beberapa tantangan yang dihadapi di antaranya adalah terbatasnya akses perangkat teknologi, seperti laptop dan telepon genggam, terutama bagi santri yang memiliki aturan ketat terhadap penggunaan gawai; sarana internet yang tidak selalu stabil; serta keterbatasan waktu pelaksanaan yang hanya berlangsung dua belas hari sehingga pendampingan lanjutan belum dilakukan secara mendalam. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi rekomendasi untuk keberlanjutan program dan peningkatan efektivitas pengabdian. Pertama, perlu diadakan pendampingan lanjutan secara berkala untuk memastikan bahwa keterampilan yang diajarkan dapat diterapkan secara konsisten oleh peserta. Pendampingan ini juga dapat memperkuat keberlanjutan usaha yang mulai dirintis. Kedua, pihak desa atau lembaga pendidikan setempat dapat bekerja sama untuk menyediakan fasilitas teknologi yang lebih memadai, seperti laboratorium komputer atau akses internet bersama, agar masyarakat dapat terus mempraktikkan keterampilan digital yang telah dipelajari. Ketiga, pelatihan lanjutan dapat difokuskan pada pengembangan produk lokal lainnya, strategi pemasaran yang lebih mendalam, dan manajemen keuangan usaha sederhana agar peserta semakin siap menghadapi persaingan pasar digital. Terakhir, kolaborasi dengan pihak pemerintah desa, UMKM lokal, dan lembaga pendidikan dapat diperkuat untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian diharapkan tidak hanya memberikan manfaat sesaat, tetapi juga mampu menciptakan perubahan jangka panjang bagi kesejahteraan masyarakat Desa Pangpajung.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, E. (2021). *Shopee sebagai E-Commerce Terbesar di Indonesia*.
APJII. (2022). *Laporan Penetrasi Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

- Chambers, R. (1997). *Whose Reality Counts? Participatory Methods*. Intermediate Technology Publications.
- Djojonegoro, W. (2010). *Pendidikan sebagai Investasi Pembangunan*. Gramedia.
- Fahmi, I. (2020). *Literasi Digital Masyarakat Desa*.
- Hermawan, A. (2019). *Strategi Ekonomi Digital Indonesia*.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy*. Penguin.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-Commerce: Business, Technology, Society* (15th ed.). Pearson.
- Nugroho, A. (2021). *Pengertian E-Commerce dan Perkembangannya*.
- Porter, M. (2012). *Competitive Strategy*. Free Press.
- Prasetyo, B. (2020). *Digital Marketing untuk UMKM*.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-Commerce Adoption in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Resmi, M. (2020). *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan untuk Ekonomi Kreatif*. Salemba Empat.
- Tilaar, H. A. R. (2012). *Pendidikan Masyarakat dan Pemberdayaan*. Rineka Cipta.
- Wibowo, E. A. (2014). *Pemanfaatan Teknologi E-Commerce dalam Proses Bisnis*.
- Zimmerer, T., & Scarborough, N. (2018). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*.