

**PEMBERDAYAAN WIRAUSAHA DESA MELALUI PEMANFAATAN  
E-COMMERCE**

**Dewi Sutjahyani**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[dewisutjahyani@untag-sby.ac.id](mailto:dewisutjahyani@untag-sby.ac.id)

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat menuntut masyarakat untuk mampu beradaptasi dengan era digital guna meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan usaha adalah e-commerce, yang memberikan kemudahan dalam promosi, pemasaran, dan penjualan produk secara lebih luas. Namun, masyarakat Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan, masih menghadapi berbagai kendala, seperti promosi dan penjualan produk yang dilakukan secara tradisional serta kemampuan manajemen usaha yang belum optimal. Kondisi tersebut menyebabkan peluang pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan masyarakat belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Manajemen E-Commerce bagi masyarakat Desa Pangpajung. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep dan pemanfaatan e-commerce serta mendorong pengembangan ekonomi kreatif guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi pendekatan partisipatif, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Melalui metode tersebut, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya e-commerce dalam mendukung kegiatan wirausaha, strategi pemasaran digital, serta pengelolaan usaha yang lebih efektif dan profesional. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memiliki antusiasme yang tinggi dalam mengikuti pelatihan dan menunjukkan minat yang besar untuk menerapkan e-commerce dalam usaha mereka. Selain itu, peserta berharap kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih beragam. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sehingga dapat memperluas pasar, meningkatkan daya saing usaha, dan mendukung terwujudnya masyarakat yang lebih sejahtera.

**Kata Kunci:** *E-Commerce, Pemasaran Digital, Ekonomi Kreatif, Pengabdian Masyarakat, Wirausaha.*

**A. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi digital pada berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor ekonomi. Pemanfaatan teknologi digital melalui e-commerce menjadi salah satu strategi yang dapat meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat. Menurut Laudon dan Traver (2022), e-commerce merupakan proses transaksi bisnis yang dilakukan

secara elektronik melalui jaringan internet yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, barang, dan jasa secara lebih cepat dan efektif. Dalam perspektif ilmu ekonomi, pemanfaatan e-commerce mampu menurunkan biaya transaksi (transaction cost), memperluas akses pasar, serta meningkatkan produktivitas dan daya saing pelaku usaha.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan tren yang positif. Berdasarkan laporan Google, Temasek, dan Bain & Company (2023), Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Namun demikian, pemanfaatan teknologi digital oleh masyarakat pedesaan masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan keterampilan pemasaran daring, serta minimnya pemahaman mengenai pengelolaan usaha berbasis teknologi. Kondisi tersebut menyebabkan banyak pelaku usaha mikro dan masyarakat desa belum mampu memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal.

Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan, memiliki potensi sumber daya manusia dan peluang usaha yang dapat dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi lapangan, masyarakat masih mengandalkan metode pemasaran konvensional sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Selain itu, pemahaman mengenai kewirausahaan dan penggunaan marketplace sebagai sarana pemasaran produk masih tergolong rendah. Kondisi ini berpotensi menghambat peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Dalam kajian ekonomi pembangunan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat (Todaro & Smith, 2020). Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pemanfaatan e-commerce sebagai strategi pemasaran usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai e-commerce, memperkuat kemampuan pemasaran digital, serta mendorong pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif di Desa Pangpajung. Melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan pendapatan usaha, dan memperkuat daya saing ekonomi lokal.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan, dengan sasaran masyarakat dan santri Pondok Pesantren At-Tahririyah. Metode yang digunakan adalah metode partisipatif yang melibatkan peserta secara aktif melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan teknologi e-commerce dalam kegiatan usaha dan pemasaran produk. Adapun tahapan-tahapannya adalah sebagai berikut:

### **Tahap Perencanaan**

Tahap perencanaan diawali dengan observasi lapangan dan koordinasi dengan pihak desa serta pengelola Pondok Pesantren At-Tahririyah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan masyarakat. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman yang

terbatas mengenai kewirausahaan, pemasaran digital, dan pemanfaatan e-commerce sebagai sarana pengembangan usaha.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, tim menyusun program kegiatan yang meliputi sosialisasi kewirausahaan, pelatihan e-commerce, pendampingan pembuatan akun marketplace, serta pelatihan pemasaran produk melalui media sosial. Selain itu, tim juga menyiapkan materi pelatihan, modul pembelajaran, video tutorial penggunaan marketplace Shopee, serta buku panduan sebagai media pendukung kegiatan.

#### **Tahap Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa metode, yaitu:

**a. Sosialisasi Kewirausahaan**

Peserta diberikan pemahaman mengenai konsep kewirausahaan, karakteristik wirausahawan, serta pentingnya inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan usaha.

**b. Pelatihan E-Commerce**

Peserta memperoleh materi mengenai pengertian, manfaat, dan peluang pemanfaatan e-commerce dalam kegiatan bisnis. Pada tahap ini juga diperkenalkan berbagai platform marketplace yang dapat digunakan sebagai media pemasaran produk.

**c. Pendampingan Pembuatan Marketplace**

Peserta dibimbing secara langsung dalam membuat akun marketplace Shopee, mengunggah produk, menyusun deskripsi produk, menentukan harga, serta memahami fitur-fitur yang tersedia untuk mendukung penjualan secara daring.

**d. Pelatihan Pemasaran Digital**

Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan strategi pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, termasuk pembuatan konten promosi yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk dan jangkauan pasar.

**e. Pelatihan Produk Kreatif**

Peserta juga diberikan pelatihan pembuatan produk "Good Mood Sujelo (Susu Jeli Oreo)" sebagai contoh pengembangan produk kreatif yang memiliki nilai jual dan dapat dipasarkan melalui platform digital.

#### **Tahap Evaluasi**

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program pelatihan e-commerce yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi praktik peserta, serta penyebaran kuesioner kepuasan setelah kegiatan berakhir. Kegiatan diikuti oleh 18 peserta yang terdiri atas masyarakat dan santri Pondok Pesantren At-Tahririyah Desa Pangpajung. Sebelum pelatihan dimulai, peserta diberikan pre-test untuk mengetahui tingkat pemahaman awal mengenai kewirausahaan dan e-commerce. Hasil pre-test menunjukkan nilai rata-rata peserta sebesar 56,7. Setelah mengikuti rangkaian sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, dilakukan post-test dengan nilai rata-rata sebesar 84,4. Hasil tersebut menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebesar 48,9%.

Selain pengukuran pengetahuan, evaluasi juga dilakukan terhadap keterampilan peserta dalam menggunakan marketplace Shopee. Sebanyak 15 peserta (83,3%) berhasil membuat akun marketplace dan memahami proses

pengungkahan produk secara mandiri, sedangkan 3 peserta (16,7%) masih memerlukan pendampingan lanjutan. Tingkat kepuasan peserta diukur menggunakan kuesioner dengan skala 1–5. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 88,9% peserta menyatakan sangat puas, 11,1% menyatakan puas, dan tidak terdapat peserta yang menyatakan kurang puas. Peserta menilai bahwa materi yang diberikan mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta bermanfaat dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital.

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, kegiatan pelatihan e-commerce dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta terkait pemasaran digital. Namun, diperlukan pendampingan lanjutan agar peserta dapat mengimplementasikan penggunaan marketplace dan media sosial secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha mereka.

<b>Indikator</b>	<b>Hasil</b>
Jumlah peserta	18 orang
Nilai rata-rata pre-test	56,7
Nilai rata-rata post-test	84,4
Peningkatan pemahaman	48,9%
Peserta berhasil membuat akun marketplace	15 orang (83,3%)
Sangat puas	16 orang (88,9%)
Puas	2 orang (11,1%)

### **C. HASIL DAN PELAKSANAAN**

#### **Hasil Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan dengan melibatkan 18 peserta yang terdiri dari masyarakat dan santri Pondok Pesantren At-Tahririyah. Program yang dilaksanakan meliputi sosialisasi kewirausahaan, pelatihan pemanfaatan e-commerce, pendampingan pembuatan akun marketplace Shopee, serta pelatihan pemasaran digital melalui media sosial.

Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar peserta masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang terbatas pada lingkungan sekitar. Selain itu, pemahaman peserta mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha masih relatif rendah. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memperoleh pengetahuan mengenai konsep e-commerce, strategi pemasaran digital, pengelolaan marketplace, dan pengembangan produk kreatif.



Gambar 1. Penyampaian Materi.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pemasaran digital dan penggunaan marketplace sebagai sarana penjualan produk. Sebagian besar peserta mampu membuat akun marketplace, mengunggah produk, serta memahami proses transaksi secara daring. Selain itu, peserta juga berhasil membuat dan memasarkan produk "Good Mood Sujelo (Susu Jeli Oreo)" sebagai salah satu produk ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan lebih lanjut.

#### **Pembahasan dari Perspektif Ekonomi**

Dalam ilmu ekonomi, pemanfaatan e-commerce memberikan peluang bagi masyarakat untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi kegiatan ekonomi. Sebelum pelatihan, jangkauan pemasaran peserta masih terbatas pada pasar lokal sehingga peluang peningkatan pendapatan belum optimal. Melalui penggunaan marketplace dan media sosial, peserta memperoleh akses pasar yang lebih luas tanpa harus menambah biaya operasional yang besar.

Pemanfaatan teknologi digital juga berkontribusi dalam menurunkan biaya transaksi (transaction cost), seperti biaya promosi dan biaya pencarian pelanggan. Dengan demikian, e-commerce dapat menjadi salah satu instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang mampu meningkatkan produktivitas usaha dan daya saing produk lokal. Pengembangan produk kreatif yang dipadukan dengan pemasaran digital juga berpotensi menciptakan nilai tambah (value added) sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

#### **Pembahasan dari Perspektif Akuntansi**

Dari aspek akuntansi, pelatihan e-commerce memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya pencatatan transaksi usaha secara tertib dan sistematis. Dalam kegiatan pemasaran digital, setiap transaksi penjualan dapat terdokumentasi secara otomatis melalui marketplace sehingga memudahkan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan pendapatan dan pengendalian keuangan usaha. Selain itu, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha agar kinerja usaha dapat diukur secara lebih akurat. Pencatatan sederhana terkait penjualan, biaya produksi, dan keuntungan menjadi langkah awal dalam penerapan akuntansi usaha mikro. Dengan adanya pencatatan yang baik, pelaku usaha dapat mengetahui perkembangan usahanya serta mengambil keputusan yang lebih tepat dalam pengelolaan usaha.

### Pembahasan dari Perspektif Manajemen

Dari sudut pandang manajemen, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur. Pelatihan kewirausahaan memberikan pemahaman mengenai perencanaan usaha, pengorganisasian kegiatan pemasaran, pelaksanaan strategi promosi, dan evaluasi hasil penjualan.

Penerapan e-commerce dan media sosial sebagai sarana pemasaran juga membantu peserta dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Marketplace tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai sarana pengelolaan hubungan dengan pelanggan melalui fitur komunikasi, ulasan produk, dan promosi. Dengan demikian, peserta memperoleh pengalaman dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengendalian (controlling) dalam kegiatan usaha.



Gambar 2. Pendampingan dengan pihak mitra.

Secara keseluruhan, pelaksanaan program pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam bidang ekonomi, akuntansi, dan manajemen. Pemanfaatan e-commerce mampu meningkatkan wawasan kewirausahaan, mendorong pengelolaan keuangan yang lebih baik, serta memperkuat kemampuan manajerial peserta dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi digital.



Gambar 3. Antusias Peserta pada pelaksanaan pengabdian.

#### D. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan pemanfaatan e-commerce di Desa Pangpajung, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan telah berjalan dengan baik dan mendapatkan respons yang positif dari peserta. Program yang meliputi sosialisasi kewirausahaan, pelatihan e-commerce, pendampingan pembuatan marketplace, serta pelatihan pemasaran digital mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha.

Dari perspektif ilmu ekonomi, pelatihan ini memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya pemanfaatan e-commerce dalam memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing produk, dan menciptakan peluang peningkatan pendapatan. Penggunaan marketplace dan media sosial sebagai media pemasaran dapat membantu pelaku usaha mengurangi keterbatasan pasar lokal serta meningkatkan efisiensi kegiatan ekonomi.

Dari perspektif ilmu akuntansi, kegiatan ini memberikan wawasan mengenai pentingnya pencatatan transaksi usaha secara teratur, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pengelolaan keuangan yang lebih tertib. Pemanfaatan marketplace juga membantu pelaku usaha dalam mendokumentasikan transaksi penjualan sehingga memudahkan proses pengendalian dan evaluasi kinerja usaha.

Sementara itu, dari perspektif ilmu manajemen, kegiatan ini meningkatkan kemampuan peserta dalam merencanakan, mengorganisasi, melaksanakan, dan mengendalikan kegiatan usaha. Pemanfaatan e-commerce dan media sosial sebagai strategi pemasaran memberikan pengalaman bagi peserta dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha.

Secara keseluruhan, program pelatihan e-commerce tidak hanya meningkatkan literasi digital masyarakat, tetapi juga memperkuat kapasitas ekonomi, pengelolaan keuangan, dan kemampuan manajerial peserta. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan melalui pendampingan dan pelatihan lanjutan agar masyarakat mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pertumbuhan usaha dan peningkatan kesejahteraan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023 Report*. Singapore: Google Southeast Asia.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-Commerce: Business, Technology, Society* (17th ed.). New York: Pearson.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic Development* (13th ed.). New York: Pearson Education.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2021). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Cham: Springer.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. New Jersey: Wiley.