



Penguatan Kapasitas Digital PKK dan Karang Taruna melalui Pemanfaatan *E-Commerce Shopee* di Desa Karanganyar

Authors : Queen Elvina Sevtivia Asrivi¹, queenelvina@ibntegal.ac.id, Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN) Tegal, Indonesia
Aditya Abi Nubli², adita822@gmail.com, Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN) Tegal, Indonesia
Diana Sri Utami³, itsmedianana645@gmail.com, Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN) Tegal, Indonesia
Karisma Fatima Az-Zahro⁴, karismafatimah76@gmail.com, Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN) Tegal, Indonesia
Nurul Fadillah⁵, nurul.fadillah260704@gmail.com, Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN) Tegal, Indonesia
Ai'nun Nabila⁶, Ai'nun Nabila, Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN) Tegal, Indonesia

Correspondence Author : queenelvina@ibntegal.ac.id

Abstract The Limited digital capacity has become one of the main obstacles to the development of a technology-based local economy in Karanganyar Village. Local products produced by the Family Welfare Empowerment (PKK) group, such as Eco-Enzyme, are still marketed conventionally, while the Karang Taruna youth organization has not yet utilized digital platforms optimally to support productive economic activities. This condition highlights the need to strengthen the community's digital capacity to effectively use information technology as a tool for marketing and economic empowerment. This Community Service Program (Pengabdian kepada Masyarakat/PkM) aimed to strengthen the digital capacity of PKK and Karang Taruna members through training and mentoring in the utilization of the Shopee e-commerce platform for marketing local products. The program employed the Participatory Action Research (PAR) approach, consisting of planning, socialization, hands-on training, mentoring, monitoring, and evaluation. The results demonstrated significant improvements in participants' knowledge and digital skills, including account creation, online store management, product listing, and the implementation of digital marketing strategies. The program successfully established active and verified Shopee stores with standardized product displays and achieved the first sales transaction (first sale milestone) as an initial indicator of successful implementation. Overall, the program strengthened the community's digital capacity, encouraged the transition from conventional to digital marketing, and expanded opportunities to improve the competitiveness of local products in broader markets. Nevertheless, challenges related to internet connectivity, participants' technical skills, and marketplace competition indicate the need for continuous mentoring to ensure the sustainability of digital business development.

Keyword *Community Service, Digital Capacity, Shopee E-Commerce, PKK, Karang Taruna, Digital Marketing.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola aktivitas ekonomi masyarakat,¹ terutama dalam aspek pemasaran, distribusi, dan transaksi produk.² Pemanfaatan platform e-commerce menjadi salah satu strategi yang mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk lokal, serta membuka peluang usaha yang lebih inklusif.³ Transformasi digital tersebut tidak hanya menjadi

¹ Rofiqo Meili Mahera and Nanda Suryadi, 'Transformasi Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Berbasis Teknologi Digital', *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2.11 (2025).

² SAPMS Satriadi and others, *Manajemen Pemasaran* (CV Rey Media Grafika, 2022).

³ Muhibbusaabry Muhibbusaabry and others, 'Melek Digital: Membuka Peluang Baru Bagi UMKM Desa Sei Balai Melalui Seminar Pelatihan Bisnis Digital (e-Commerce)', *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4.5 (2024), 540–46.

Editorial History :	Received : Apr 5, 2025	Review Mei 9, 2025	Revision Mei 28, 2025	Accepted June 30, 2025
---------------------	---------------------------	-----------------------	--------------------------	---------------------------



kebutuhan bagi pelaku usaha di wilayah perkotaan, tetapi juga menjadi peluang bagi masyarakat desa untuk mengembangkan potensi ekonomi berbasis sumber daya lokal.⁴ Oleh karena itu, peningkatan kapasitas digital masyarakat menjadi faktor penting dalam mendukung terwujudnya kemandirian ekonomi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Penguatan kapasitas digital merupakan proses peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi secara produktif.⁵ Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, kapasitas digital tidak hanya mencakup kemampuan mengoperasikan perangkat dan aplikasi digital,⁶ tetapi juga meliputi kemampuan mengelola pemasaran daring, membangun identitas produk, berinteraksi dengan konsumen, hingga mengembangkan strategi bisnis berbasis platform digital.⁷ Dengan kapasitas digital yang memadai, masyarakat diharapkan mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana meningkatkan produktivitas, memperluas akses pasar, dan menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan.

Desa Karanganyar, Kecamatan Dukuhturi, Kabupaten Tegal merupakan salah satu desa yang memiliki potensi sumber daya manusia dan ekonomi lokal yang cukup besar.⁸ Letaknya yang berbatasan langsung dengan Kota Tegal menjadikan desa ini memiliki akses yang baik terhadap aktivitas perdagangan dan industri. Sebagian besar masyarakat bekerja pada sektor industri dan jasa, sedangkan kelompok perempuan yang tergabung dalam Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) telah mengembangkan berbagai produk kreatif, salah satunya Eco-Enzyme, yang memiliki nilai ekonomi dan manfaat bagi lingkungan. Di sisi lain, Karang Taruna memiliki anggota yang relatif akrab dengan penggunaan teknologi digital, namun potensi tersebut belum diarahkan secara optimal untuk mendukung kegiatan ekonomi produktif masyarakat.

Meskipun memiliki potensi yang cukup besar, pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pengembangan ekonomi masyarakat di Desa Karanganyar masih menghadapi berbagai kendala. Produk-produk lokal yang dihasilkan oleh kelompok PKK masih dipasarkan secara konvensional melalui jaringan pertemanan atau dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasarannya masih terbatas. Sementara itu, Karang Taruna lebih banyak berfokus pada kegiatan sosial kemasyarakatan dan belum memiliki program yang terarah dalam pengembangan kewirausahaan berbasis digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa potensi sumber daya manusia yang tersedia belum sepenuhnya diimbangi dengan kapasitas digital yang mampu mendorong peningkatan nilai tambah ekonomi masyarakat.

Upaya memperkenalkan pemasaran digital sebenarnya telah dilakukan oleh pemerintah desa melalui kegiatan sosialisasi mengenai penggunaan marketplace. Namun, pelaksanaan program tersebut masih didominasi penyampaian materi secara teoritis dan belum disertai praktik langsung maupun pendampingan yang berkelanjutan. Akibatnya, peserta belum memiliki kepercayaan diri dan keterampilan yang memadai untuk mengelola toko daring secara mandiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak cukup hanya melalui sosialisasi, tetapi memerlukan proses pelatihan yang aplikatif, pendampingan intensif, serta evaluasi yang berkesinambungan agar kompetensi digital masyarakat dapat berkembang secara optimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Institut Bakti Negara (IBN) Tegal melaksanakan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada penguatan kapasitas digital PKK dan Karang Taruna melalui pemanfaatan e-commerce Shopee. Platform Shopee dipilih karena merupakan salah satu marketplace yang mudah diakses, memiliki jumlah pengguna yang besar, serta menyediakan berbagai fitur yang mendukung pemasaran produk usaha mikro. Melalui

⁴ Enny Diah Astuti and others, 'Transformasi UMKM Digital Berbasis Potensi Lokal', *Jurnal Lentera Bisnis*, 14.2 (2025), 2150–58.

⁵ Zata Hasyyati, Miftahul Jannah, and Rauzi Ramazalena, 'Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Literasi Digital Melalui Pelatihan Komputer', *Jurnal Pengabdian Ekonomi Dan Sosial (JPES)*, 4.1 (2025), 25–36.

⁶ Dewi Oktafiani and others, 'Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Literasi Digital Dan Penggunaan E-Commerce', *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3.4 (2025), 581–88.

⁷ Sarina Sarina and others, 'Analisis Strategi Pemasaran Digital Berbasis Komunitas Lokal Terhadap Keberlangsungan Usaha Kuliner Tradisional Di Indonesia', *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4.01 (2025), 64–75.

⁸ Sarina and others.

program ini, peserta tidak hanya diperkenalkan pada konsep pemasaran digital, tetapi juga dibekali kemampuan praktis dalam membangun dan mengelola toko daring sebagai media pengembangan usaha masyarakat.

Pelaksanaan program dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang mencakup sosialisasi literasi digital, pelatihan penggunaan aplikasi Shopee, praktik langsung pembuatan akun dan pengelolaan toko, standarisasi tampilan visual produk, penyusunan deskripsi produk, pengelolaan transaksi, hingga manajemen pengemasan dan pengiriman barang. Setelah pelatihan, peserta memperoleh pendampingan secara berkelanjutan melalui media komunikasi daring dan monitoring berkala untuk memastikan seluruh tahapan dapat diterapkan secara mandiri. Indikator keberhasilan program tidak hanya diukur dari kemampuan peserta mengoperasikan aplikasi, tetapi juga dari keberhasilan menghasilkan transaksi penjualan pertama (pecah telur) sebagai bukti meningkatnya kapasitas digital dalam mengelola pemasaran berbasis e-commerce.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan PKM ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas digital anggota PKK dan Karang Taruna Desa Karanganyar dalam memanfaatkan platform e-commerce Shopee sebagai sarana pemasaran produk lokal. Melalui peningkatan kompetensi digital, pendampingan intensif, dan praktik langsung, program ini diharapkan mampu mendorong transformasi pemasaran dari sistem konvensional menuju pemasaran digital yang lebih efektif, memperluas akses pasar bagi produk lokal, serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tujuan memperkuat kapasitas digital anggota PKK dan Karang Taruna Desa Karanganyar melalui pemanfaatan platform e-commerce Shopee. Program dirancang untuk mendorong transformasi pola pemasaran dari sistem konvensional menuju pemasaran digital, sehingga masyarakat mampu memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pengembangan usaha dan peningkatan nilai tambah produk lokal, seperti Eco-Enzyme. Pelaksanaan kegiatan mengacu pada berbagai kebijakan yang mendukung transformasi digital dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, di antaranya Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2024 tentang Desa,⁹ Permendesa PDTT Nomor 7 Tahun 2023 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa,¹⁰ visi pembangunan nasional yang menekankan digitalisasi dan pembangunan desa, serta Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro.¹¹

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan.¹² Melalui metode ini, peserta tidak hanya menerima materi pelatihan, tetapi juga terlibat secara aktif dalam mengidentifikasi kebutuhan, mengikuti praktik langsung, melakukan refleksi, serta mengevaluasi hasil kegiatan. Implementasi program dilakukan secara bertahap melalui sosialisasi dan edukasi literasi digital, pelatihan penggunaan platform Shopee, praktik pembuatan dan pengelolaan toko daring, pendampingan standarisasi tampilan visual produk, serta simulasi proses operasional mulai dari pengunggahan produk, pengelolaan transaksi, pengemasan, hingga pengiriman barang. Pendekatan ini dirancang agar peserta memperoleh pengalaman belajar yang aplikatif sekaligus mampu mengelola toko daring secara mandiri.

Tahap akhir kegiatan difokuskan pada monitoring dan evaluasi untuk mengukur efektivitas program dalam meningkatkan kapasitas digital peserta. Monitoring dilakukan secara berkelanjutan

⁹ Anisa Sulistiya and Nurul Arifin, 'PROBLEMATIKA PENGESAHAN UU NO.3 TAHUN 2024 TERHADAP INDEKS KORUPSI DANA DESA', *Sosio Yustisia : Jurnal Hukum Dan Perubahan Sosial*, 4.3 (2024).

¹⁰ Saptono Jenar, Luthfiah Nurlaela, and M. Asnawi Sabil, 'PENGATURAN PENGGUNAAN DANA DESA BERDASARKAN UU HKPD', *IBLAM LAW REVIEW*, 4.2 (2023), 88–108.

¹¹ Nirvana Latifah, 'Pengembangan UMKM Bank Indonesia Dalam Upaya Ketahanan Ekonomi Kabupaten Tegal Tahun 2022 : Evaluasi Kebijakan Program', *NeoRespublica : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5.2 (2024), 586–605.

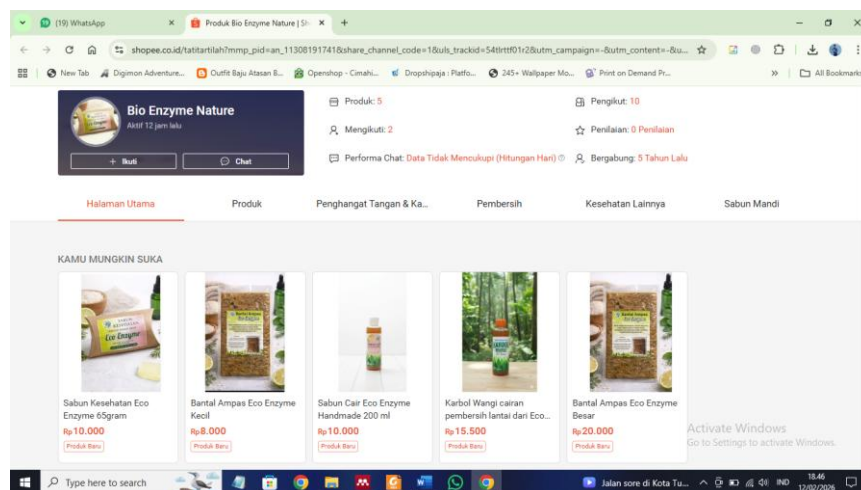
¹² Elda Felani, Khusnul Fitria Istiqomah, and Inese Nurul Indah Sari, 'Implementasi Strategi Participatory Action Research (Par) Untuk Mengoptimalkan Pengelolaan Sampah Berbasis Sekolah: Sebuah Pendekatan Inovatif Dan Berkelanjutan', *AN NAJAH (Jurnal Pendidikan Islam Dan Sosial Keagamaan)*, 04.03 (2025), 1–4.

melalui pendampingan langsung maupun media komunikasi daring, seperti grup WhatsApp, sebagai sarana konsultasi teknis dan penyelesaian berbagai kendala yang dihadapi peserta selama mengelola toko Shopee. Evaluasi dilakukan dengan mengamati tingkat partisipasi peserta, peningkatan kemampuan mengoperasikan fitur-fitur *e-commerce*, kualitas pengelolaan toko daring, serta keberhasilan peserta dalam menghasilkan transaksi penjualan pertama (pecah telur) sebagai indikator awal keberhasilan penguasaan keterampilan pemasaran digital. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar dalam menilai efektivitas pelaksanaan program sekaligus sebagai bahan rekomendasi bagi pengembangan kegiatan pemberdayaan digital masyarakat pada masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) menunjukkan bahwa kapasitas digital anggota PKK dan Karang Taruna Desa Karanganyar mengalami peningkatan yang signifikan setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan pemanfaatan *e-commerce* Shopee. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar peserta masih mengandalkan pemasaran konvensional, sehingga produk-produk lokal yang dihasilkan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Produk unggulan seperti Eco-Enzyme umumnya hanya dimanfaatkan untuk kebutuhan internal atau dipasarkan melalui jaringan pertemanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital dan minimnya pengalaman menggunakan marketplace menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan ekonomi masyarakat. Melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif, tim PkM berhasil memfasilitasi proses transformasi digital yang berorientasi pada peningkatan kompetensi peserta dalam mengelola pemasaran berbasis *e-commerce*.

Tahap awal kegiatan difokuskan pada penguatan literasi digital melalui sosialisasi mengenai konsep pemasaran digital dan pemanfaatan platform *Shopee* sebagai media pemasaran produk. Kegiatan ini memberikan pemahaman kepada peserta mengenai manfaat marketplace, alur transaksi digital, peluang perluasan pasar, serta pentingnya membangun identitas produk yang menarik. Selain penyampaian materi, peserta juga memperoleh kesempatan berdiskusi mengenai berbagai kendala yang selama ini dihadapi dalam memasarkan produk secara konvensional. Pendekatan tersebut membuat peserta lebih memahami bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat, bukan sekadar sebagai sarana komunikasi.



Gambar 1 Tampilan Toko *Shopee* yang sudah aktif dan memiliki etalase produk selama masa Pendampingan KKN

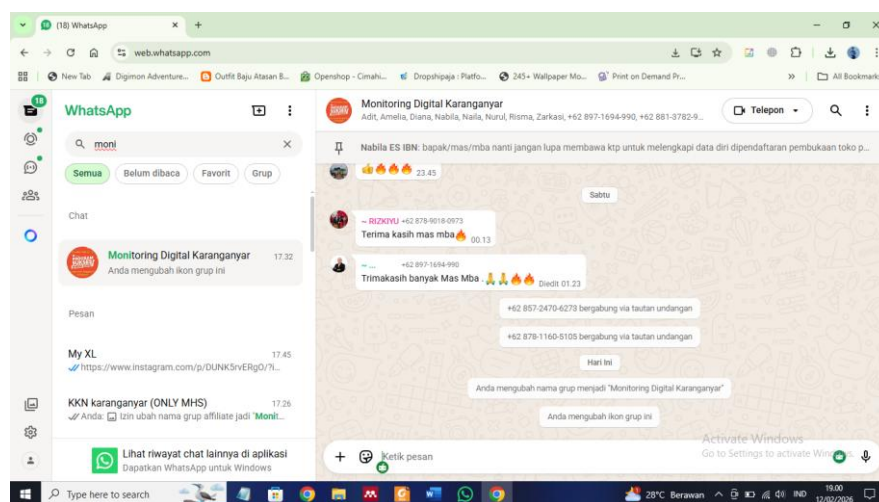
Tahapan berikutnya berupa praktik langsung (*hands-on training*) memberikan pengalaman kepada peserta dalam mengoperasikan aplikasi *Shopee* secara mandiri. Peserta didampingi mulai dari proses registrasi akun, verifikasi identitas, pengaturan profil toko, hingga pengelolaan alamat pengiriman. Pendampingan dilakukan secara bertahap agar seluruh peserta mampu memahami setiap tahapan penggunaan platform secara sistematis. Melalui kegiatan ini, anggota PKK dan Karang Taruna

tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga menguasai keterampilan teknis yang diperlukan dalam mengelola toko digital secara mandiri.

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun katalog produk yang lebih menarik dan informatif. Tim PKM memberikan pendampingan mengenai teknik pengambilan foto produk, pengaturan pencahayaan, penyusunan komposisi visual, serta pembuatan deskripsi produk yang komunikatif. Standarisasi visual tersebut menjadi bagian penting dalam membangun identitas produk sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen (digital trust). Produk-produk lokal yang sebelumnya dipasarkan tanpa identitas visual yang memadai kini memiliki tampilan yang lebih profesional dan layak bersaing di platform digital.

Peningkatan kapasitas digital peserta juga terlihat dari kemampuan mereka mengelola berbagai fitur yang tersedia pada platform Shopee. Peserta telah mampu mengunggah produk, mengatur harga, mengelola stok barang, merespons pesanan, serta memahami mekanisme pembayaran dan pengiriman. Kemampuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berorientasi pada pengenalan aplikasi, tetapi juga membentuk kompetensi praktis yang dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam aktivitas pemasaran produk lokal.

Salah satu indikator keberhasilan kegiatan ini adalah tercapainya transaksi penjualan pertama (pecah telur) pada toko digital yang dikelola oleh anggota PKK dan Karang Taruna. Keberhasilan tersebut menjadi bukti bahwa peserta telah mampu menerapkan seluruh materi pelatihan ke dalam praktik nyata. Lebih dari sekadar pencapaian transaksi, keberhasilan ini memberikan motivasi dan meningkatkan kepercayaan diri peserta untuk terus mengembangkan usaha melalui platform e-commerce. Pengalaman memperoleh penjualan pertama juga menjadi titik awal perubahan pola pikir masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi digital sebagai peluang ekonomi yang nyata.



Gambar 2 Grup Whatsapp “Monitoring Digital Karanganyar” sebagai sarana pendampingan berkelanjutan

Program ini turut memberikan dampak terhadap peningkatan nilai ekonomi produk lokal. Produk Eco-Enzyme beserta produk turunannya yang sebelumnya hanya digunakan untuk kebutuhan internal kini memiliki peluang untuk dipasarkan kepada konsumen yang lebih luas melalui platform Shopee. Digitalisasi pemasaran memungkinkan produk desa memperoleh akses ke pasar nasional tanpa harus bergantung pada sistem pemasaran konvensional. Dengan demikian, kegiatan PKM tidak hanya meningkatkan keterampilan digital masyarakat, tetapi juga memperkuat daya saing produk lokal melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Dari aspek pemberdayaan masyarakat, kegiatan ini berhasil membangun kolaborasi antara PKK dan Karang Taruna dalam mengembangkan ekonomi digital desa. PKK berperan sebagai penghasil produk, sedangkan Karang Taruna berkontribusi dalam pengelolaan teknologi digital, promosi, serta administrasi toko daring. Sinergi tersebut menciptakan pembagian peran yang saling melengkapi sehingga pengelolaan usaha menjadi lebih efektif. Model kolaboratif ini menunjukkan bahwa penguatan

kapasitas digital dapat menjadi sarana untuk mengintegrasikan potensi masyarakat dalam mendukung pembangunan ekonomi desa.



Gambar 3



Gambar 4



Gambar 5



Gambar 6

Foto Produk pada Etalase *Shopee* ada Ecobantal, Sabun Mandi, Sabun Cair, Karbol yang sudah dibuat dengan Standarisasi Visual untuk menambah daya tarik pembeli.



Gambar 7



Gambar 8

Resi Pengiriman *Shopee* sebagai bukti adanya pesanan atau penjualan riil pertama (“Pecah Telur”) selama masa pendampingan

Meskipun menunjukkan hasil yang positif, pelaksanaan program masih menghadapi beberapa tantangan. Kendala teknis berupa kualitas jaringan internet yang belum stabil dan kemampuan digital peserta yang beragam memengaruhi proses pendampingan. Selain itu, persaingan di platform marketplace juga menuntut peserta untuk terus meningkatkan kualitas produk, strategi promosi, serta inovasi dalam penyajian konten agar mampu bersaing dengan pelaku usaha yang telah memiliki reputasi lebih baik. Tantangan tersebut menjadi perhatian penting dalam upaya menjaga keberlanjutan program.

Untuk menjamin keberlangsungan hasil kegiatan, tim PkM membentuk grup WhatsApp sebagai media monitoring dan pendampingan pasca pelaksanaan program. Media komunikasi tersebut dimanfaatkan sebagai ruang konsultasi teknis, berbagi pengalaman, serta penyelesaian berbagai kendala yang dihadapi peserta dalam mengelola toko digital. Pendampingan berkelanjutan ini diharapkan mampu menjaga motivasi peserta sekaligus memastikan bahwa keterampilan digital yang telah diperoleh dapat terus berkembang setelah program PkM berakhir.

Secara umum, capaian kegiatan menunjukkan beberapa indikator keberhasilan, yaitu terbentuknya akun *Shopee* yang aktif dan terverifikasi, tersusunnya etalase produk dengan tampilan visual yang lebih menarik dan deskripsi yang sesuai dengan prinsip pemasaran digital, meningkatnya kemampuan peserta dalam membuat foto produk secara mandiri, serta tercapainya transaksi penjualan pertama sebagai bukti implementasi keterampilan digital. Selain itu, terbentuknya sistem pendampingan

melalui grup WhatsApp menjadi langkah strategis dalam menjaga keberlanjutan program dan memperkuat ekosistem pemasaran digital di Desa Karanganyar.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PkM berhasil mencapai tujuan utama, yaitu memperkuat kapasitas digital anggota PKK dan Karang Taruna melalui pemanfaatan e-commerce Shopee. Program ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis peserta dalam mengoperasikan platform digital, tetapi juga mendorong transformasi pola pemasaran, memperluas akses pasar bagi produk lokal, serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dipadukan dengan praktik langsung dan pendampingan berkelanjutan merupakan strategi yang efektif dalam mendukung transformasi digital masyarakat dan pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui program Penguatan Kapasitas Digital PKK dan Karang Taruna melalui Pemanfaatan E-Commerce Shopee di Desa Karanganyar berhasil meningkatkan kompetensi digital masyarakat dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran produk lokal. Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), peserta memperoleh pengalaman belajar yang komprehensif, mulai dari penguatan literasi digital, pelatihan penggunaan platform Shopee, standarisasi visual produk, hingga praktik pengelolaan toko daring secara mandiri. Peningkatan kapasitas tersebut ditunjukkan oleh kemampuan peserta dalam mengelola akun Shopee, menyusun katalog produk, membuat foto dan deskripsi produk yang lebih menarik, serta memahami proses transaksi dan pengiriman secara digital.

Keberhasilan program juga tercermin dari tercapainya transaksi penjualan pertama (pecah telur), yang menjadi indikator bahwa peserta telah mampu mengimplementasikan keterampilan digital yang diperoleh selama pendampingan. Selain memperluas akses pemasaran bagi produk lokal, seperti Eco-Enzyme, kegiatan ini turut mendorong perubahan pola pikir masyarakat dari pemasaran konvensional menuju pemasaran berbasis teknologi digital. Dengan demikian, program tidak hanya memperkuat kapasitas digital peserta, tetapi juga membuka peluang peningkatan daya saing produk lokal dan kemandirian ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan e-commerce.

Meskipun demikian, keberlanjutan program masih menghadapi beberapa tantangan, antara lain keterbatasan kualitas jaringan internet, kemampuan teknis peserta yang masih beragam, serta tingginya persaingan di platform marketplace. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang berkelanjutan, penguatan inovasi produk, peningkatan kualitas konten pemasaran digital, serta konsistensi dalam membangun identitas merek agar daya saing produk lokal terus meningkat. Sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, PKK, dan Karang Taruna menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan transformasi digital sehingga pemanfaatan e-commerce dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas dan berkesinambungan bagi masyarakat Desa Karanganyar.

REFERENSI

- Astuti, Enny Diah, Tarto Tarto, Rahayu Tri Utami, and Venny Oktaviany, 'Transformasi UMKM Digital Berbasis Potensi Lokal', *Jurnal Lentera Bisnis*, 14 (2025), 2150–58
- Felani, Elda, Khusnul Fitria Istiqomah, and Inese Nurul Indah Sari, 'Implementasi Strategi Participatory Action Research (Par) Untuk Mengoptimalkan Pengelolaan Sampah Berbasis Sekolah: Sebuah Pendekatan Inovatif Dan Berkelanjutan', *AN NAJAH (Jurnal Pendidikan Islam Dan Sosial Keagamaan)*, 04 (2025), 1–4
- Hasyyati, Zata, Miftahul Jannah, and Rauzi Ramazalena, 'Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Literasi Digital Melalui Pelatihan Komputer', *Jurnal Pengabdian Ekonomi Dan Sosial (JPES)*, 4 (2025), 25–36
- Jenar, Saptono, Luthfiyah Nurlaela, and M. Asnawi Sabil, 'PENGATURAN PENGGUNAAN DANA DESA BERDASARKAN UU HKPD', *IBLAM LAW REVIEW*, 4 (2023), 88–108
- Latifah, Nirvana, 'Pengembangan UMKM Bank Indonesia Dalam Upaya Ketahanan Ekonomi Kabupaten Tegal Tahun 2022 : Evaluasi Kebijakan Program', *NeoRespublica : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5 (2024), 586–605

- Mahera, Rofiqo Meili, and Nanda Suryadi, 'Transformasi Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Berbasis Teknologi Digital', *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2 (2025)
- Muhibbusaabry, Muhibbusaabry, Andi Muhammad Yusuf Kongoasa, Dea Rahma Novita, Elsa Mauliani Sukma, Firda Ramadani Harahap, Muhammad Daffa Fahreza, and others, 'Melek Digital: Membuka Peluang Baru Bagi UMKM Desa Sei Balai Melalui Seminar Pelatihan Bisnis Digital (e-Commerce)', *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4 (2024), 540–46
- Oktafiani, Dewi, Rajnaparamitha Kusumastuti, Tommy Dwi Putra, and Hadis Turmudi, 'Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Literasi Digital Dan Penggunaan E-Commerce', *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (2025), 581–88
- Sarina, Sarina, Eddy Silamat, Zilfana Zilfana, and Elli Sulistyaningsih, 'Analisis Strategi Pemasaran Digital Berbasis Komunitas Lokal Terhadap Keberlangsungan Usaha Kuliner Tradisional Di Indonesia', *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4 (2025), 64–75
- Satriadi, SAPMS, S T Tubel Agusven, S E Elvi Lastriani, M B A Triyani Capeg Hadmandho, L P Rimayang Anggun, S E Annisa Sanny, and others, *Manajemen Pemasaran* (CV Rey Media Grafika, 2022)
- Sulistiya, Anisa, and Nurul Arifin, 'PROBLEMATIKA PENGESAHAN UU NO.3 TAHUN 2024 TERHADAP INDEKS KORUPSI DANA DESA', *Sosio Yustisia : Jurnal Hukum Dan Perubahan Sosial*, 4 (2024)