

---

## PEMBERDAYAAN UMKM DESA CIPUTAT MELALUI DIGITALISASI PENJUALAN DENGAN INTEGRASI *E-COMMERCE*

---

<sup>1\*</sup>Ahmad Asep Suhendi, <sup>2</sup>Budianto, <sup>3</sup>Annah Juliana  
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia  
ahmadasepsuhendi@gmail.com, budianto.unpam82@gmail.com,  
annahjuliana@gmail.com

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan terhadap sistem perekonomian, termasuk dalam pola kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Transformasi menuju ekonomi digital menjadi kebutuhan penting agar UMKM dapat bertahan dan bersaing di era modern. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di wilayah pedesaan, termasuk Desa Ciputat, masih menghadapi berbagai hambatan dalam mengadopsi teknologi digital dan memanfaatkan platform *e-commerce*. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman dalam penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta minimnya kemampuan teknis untuk mengelola penjualan secara daring. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM Desa Ciputat melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam digitalisasi penjualan berbasis *e-commerce*. Kegiatan ini meliputi peningkatan literasi digital, pelatihan penggunaan platform *e-commerce*, optimalisasi media sosial untuk pemasaran, serta pengenalan manajemen keuangan digital. Dengan pendekatan partisipatif, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi, kepercayaan diri, dan kemandirian pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis secara digital.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan UMKM, digitalisasi penjualan, *e-commerce*.

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional yang memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Fakta tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai tulang punggung ketahanan ekonomi masyarakat, terutama di tingkat lokal dan pedesaan.

Namun demikian, di tengah pesatnya perkembangan era digital, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam beradaptasi terhadap perubahan teknologi. Transformasi digital yang mencakup penggunaan internet, sistem pembayaran digital, hingga pemasaran berbasis platform daring belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Ciputat. Kondisi ini menyebabkan daya saing produk lokal menjadi terbatas, terutama ketika dihadapkan dengan pelaku usaha di perkotaan yang sudah lebih dulu memanfaatkan teknologi digital dalam sistem bisnis mereka.

Desa Ciputat sebagai salah satu wilayah dengan potensi ekonomi masyarakat yang cukup tinggi memiliki banyak pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan produk rumah tangga. Meskipun memiliki produk yang berkualitas, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan sistem penjualan konvensional, seperti penjualan langsung atau melalui jaringan sosial terbatas. Hal ini menyebabkan potensi pasar mereka tidak berkembang secara optimal, terutama dalam menjangkau konsumen di luar wilayah lokal.

Rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM Desa Ciputat menjadi salah satu faktor penghambat utama dalam proses transformasi bisnis ke arah digital. Banyak pelaku usaha yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi sederhana seperti media sosial untuk promosi, penggunaan *marketplace* untuk menjual produk, hingga cara mengelola transaksi dan laporan keuangan secara digital. Akibatnya, banyak usaha kecil yang tertinggal dan sulit bertahan dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, kurangnya pendampingan dan pelatihan dari pihak akademisi maupun pemerintah daerah juga menjadi kendala yang signifikan. Selama ini, sebagian besar pelaku UMKM belajar secara otodidak tanpa memiliki panduan yang jelas tentang strategi pemasaran digital, teknik fotografi produk, manajemen konten, atau pemanfaatan *e-commerce* secara efektif. Padahal, bimbingan dan pelatihan berkelanjutan dapat membantu pelaku UMKM mengoptimalkan potensi produk mereka dan meningkatkan profesionalitas dalam mengelola bisnis secara digital.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan upaya konkret melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada **pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi penjualan dengan integrasi *e-commerce***. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaku usaha, tetapi juga mengubah pola pikir (*mindset*) mereka agar lebih adaptif terhadap perubahan teknologi. Dengan demikian, kegiatan PKM ini menjadi jembatan antara dunia akademik dan masyarakat dalam mendukung pengembangan ekonomi digital di tingkat desa.

Program ini akan dirancang melalui pendekatan partisipatif, di mana para pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pelatihan dasar, pendampingan teknis, hingga evaluasi hasil. Materi yang diberikan mencakup pelatihan penggunaan *e-commerce*, pengelolaan media sosial untuk pemasaran, strategi branding digital, serta manajemen keuangan berbasis aplikasi. Dengan metode ini, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam aktivitas bisnis mereka.

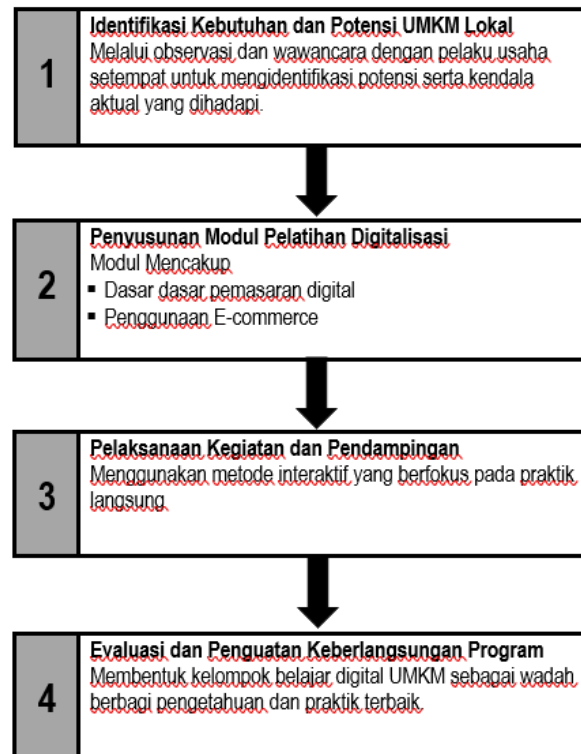
Selain peningkatan kemampuan individu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menumbuhkan kolaborasi antar pelaku UMKM di Desa Ciputat. Kolaborasi ini penting untuk membentuk jejaring bisnis lokal berbasis digital, seperti pembuatan katalog bersama, promosi kolektif, atau bahkan pembentukan *marketplace* lokal desa. Dengan adanya integrasi digital yang terarah, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus memperkuat posisi tawar produk lokal di pasar yang lebih luas.

Dengan demikian, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan mampu menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi digital yang dapat diimplementasikan di berbagai wilayah lain. Peningkatan literasi digital, kemampuan penggunaan *e-commerce*, dan kesadaran akan pentingnya digitalisasi

akan mendorong UMKM Desa Ciputat menjadi lebih mandiri, inovatif, dan berdaya saing di era ekonomi digital. Pada akhirnya, kegiatan ini bukan hanya memberikan dampak ekonomi, tetapi juga sosial, melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat desa secara berkelanjutan.

## METODE

### 3.1 Realisasi Pemecahan Masalah



**Gambar 3.1 Tahapan Pelaksanaan**

Dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui tigatahapan utama: Persiapan, Pelaksanaan Inti, dan Evaluasi/Tindak Lanjut, dengan fokus utama pada metode sosialisasi yang interaktif dan hands-on workshop

1. Tahap Persiapan :
  - a. Survei awal terhadap pelaku UMKM untuk memetakan kondisi usaha dan tingkat literasi digital.
  - b. Koordinasi dengan perangkat desa dan kelompok UMKM setempat untuk menentukan peserta dan jadwal kegiatan.
2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan
  - a. **Pelatihan Digitalisasi Penjualan** memberikan pemahaman dasar mengenai konsep digital marketing, *branding* produk, dan fotografi produk sederhana..
  - b. **Pelatihan Integrasi E-Commerce** praktik langsung pembuatan akun *e-commerce*, pengelolaan toko digital,
  - c. **Optimalisasi Media Sosial** pelatihan penggunaan media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, dan Facebook Page sebagai alat promosi dan komunikasi pelanggan.

3. Tahap Evaluasi dan keberlanjutan
  - a. Monitoring hasil pelatihan melalui evaluasi kinerja penjualan dan peningkatan literasi digital peserta.
  - b. Pembentukan komunitas *Digital UMKM Ciputat* sebagai wadah berbagi pengalaman, kolaborasi, dan pembelajaran lanjutan.

### 3.2 Khayalak Sasaran

Khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah warga Ciputat RT 003/011, Tangerang Selatan, yang memiliki potensi, minat, dan motivasi untuk mengembangkan usaha mandiri. Sasaran utama meliputi:

1. Ibu rumah tangga dengan keterampilan produksi (kuliner, kerajinan, jasa).
2. Pemuda/pemudi yang aktif menggunakan media sosial namun belum mengoptimalkannya untuk usaha.
3. Warga yang memiliki usaha kecil menengah tetapi belum memanfaatkan *digital marketing* secara maksimal.

### Hasil dan Pembahasan

Hasil yang di capai dari pelasanakaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul Pemberdayaan UMKM Desa melalui Digitalisasi Penjualan dengan Integrasi E-Commerce yang dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi ini, dituangkan dalam bentuk laporan hasil dari kegiatan, setiap pelaksanaan dilakukan tahapan sebagai berikut :

1. Koordinasi dengan pihak warga ciputat RT 003/011, kemudian mendiskusikan mengenai materi yang akan di sampaikan.
2. Menentukan lokasi yang akan di gunakan pada saat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, yaitu di Mushola RT003./011.
3. Persiapan materi hingga konsumsi, pembuatan banner, plakatan, souvenir dan lain sebagainya
4. Mementukan tanggal pelaksanaan yang disepakati, dan menghadirkan pelaku UMKM sebanyak kurang lebih 50 warga di lingkungan RT 003/011
5. Persiapan pada tanggal 22 Oktober 2025, untuk setup Mushola, pemasangan banner dan lain sebagainya.
6. Pelaksanaan Kegiatan PKM dengan jadwal pelaksanaan yang tersaji dalam tabel di bawah ini :

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan**

| No | Jam             | Kegiatan                        | Deskripsi                               | Pelaksana                             |
|----|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------|
| 1  | 09.30 s/d 10.00 | Registrasi                      | Pendaftaran Nama Peserta                | Panitia                               |
| 2  | 10.00 s/d 10.30 | Pembukaan Acara                 | Pembukaan dan Doa                       | Panitia                               |
| 3  | 10.30 s/d 11.00 | Sambutan Ketua dan Ketua RT 003 | Sambutan ketua PKM dan Ketua RT 003/011 | Ahmad Asep Suhendi dan Bapak Bunyamin |
| 4  | 11.10 s/d 11.20 | Pengarahan                      | Penjelasan tujuan dari                  | Annah                                 |

|   |                 |             |                                                              |          |
|---|-----------------|-------------|--------------------------------------------------------------|----------|
|   |                 | PKM         | PKM                                                          | Juliana  |
| 5 | 11.20 s/d 12.00 | Materi      | Penyampaian materi "Pemberdayaan UMKM"                       | Budianto |
| 6 | 12.00 s/d 12.20 | Coffe Break | Coffe Break                                                  | Panitia  |
| 7 | 12.20 s/d 13.00 | Tanya Jawab | Tanya Jawab dan Mempraktekan hasil dari penyampaian materi   | Panitia  |
| 8 | 13.00 s/d 13.15 | Penutupan   | Penutupan dengan simbolis penyerahan plakat dan foto bersama | Panitia  |



**Gambar 4.1 Foto Bersama Panitia dan Mitra**

## Kesimpulan

Hasil yang di capai dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul Pemberdayaan UMKM desa melalui Digitalisasi Penjualan dengan Integrasi E-Commerce adalah sebagai berikut :

### 1. Meningkatkan Keterampilan Masyarakat

Melalui Pemberdayaan UMKM, warga ciputat khususnya RT003/011 dapat mempromosikan produk atau layanan yang relevan dengan kegiatan pembelajaran.

### 2. Pemasaran yang Efektif

Dengan memanfaatkan platform digital ecommerce seperti Tokopedia,shopee dan tiktok, pelaku umkm dapat memposting produknya yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Ini akan meningkatkan jangkauan dan potensi pendapatan.

### 3. Pendapatan Pasif untuk UMKM

Pemberdayaan umkm untuk mempromosikan produknya ke ecommerce

memberikan peluang untuk memperoleh komisi secara pasif melalui penjualan produk.

#### 4. **Pemberdayaan Ekonomi Digital**

Selain memberikan manfaat finansial, program ini juga dapat memberikan wawasan dan keterampilan digital kepada warga ciputat khususnya RT003/011

#### 5. **Sinergi dengan Program Pembelajaran**

Integrasi produk ke e-commerce dapat diintegrasikan dengan program pelatihan yang ada, seperti pengenalan aplikasi ecommerce, kewirausahaan digital, atau keterampilan lain yang dapat memperkuat kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan dunia digital.

Secara keseluruhan, **pemberdayaan pelaku umkm unttuk integrasi produk ke e-commerce** bukan hanya membuka peluang pendapatan bagi warga, tetapi juga dapat memperkaya pengalaman belajar masyarakat dan memberikan keterampilan yang relevan dengan perkembangan teknologi dan pasar saat ini.

### **Daftar Pustaka**

- Purnama, & Susanti, F. (2024). pengaruh kecerdasan buatan dalam strategi pemasaran digital. *JIEM : Journal Of International Entrepreneurship And Management*.
- Suari, K. R., & Sarjana, I. (2023). Menjaga Privasi di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi di Indonesia. *Jurnal Analis Hukum*.
- Aini, N., Amanah, M. D., & Putri, K. N. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- As-syiva, M. H., & Nasution, M. I. (2024). Analisis Keamanan Data Pribadi Pengguna E-Commerce Perspektif Keamanan dan Privasi. *Jurnal Mul0disiplin Saintek*.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital marketing (7th ed.)*. Pearson Education.
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*.
- Erlangga, H., Hindarsa, I., M. Cahya, & Anjani, A. S. (2024). Penerapan Technopreneurship dalam Pengembangan Produk dan Digital Marketing pada CV. Akhtar Multindo (Rumah Madu Indonesia/RMI) di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*.
- Ferdi, M. F. (2022). Optimalisasi Partisipasi Mahasiswa Meraih Hibah Program Kreativitas Mahasiswa Belmawa Dikristek Kemendikbud. *ABDIKA: Jurnal Pengabdian Pedagogika*.
- Frederick, H., F. Kuratko, D., & O'Conno, A. (2018). *Entrepreneurship*. Australia: Cengage Learning Australia.
- Kehista, A. P., Fauzi, A., Tamara, A., Putri, I., Fauziah, N. A., Klarissa, S., & Damayanti, V. B. (2023). Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Commerce Ancaman, Risiko, Strategi Keamanan (Literature Review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Kusnadi, S. A., & Wijaya, A. U. (2021). Perlindungan Hukum Data Pribadi Sebagai Hak Privasi. *Jurnal Al-Wasath*.
- Mahmud, M., Astuti, S. D., Usman, Azami, R. M., Alamsyah, M. I., & Lestari, A. K. (2025). Literasi Digital Marketing Pada Start Up untuk Mahasiswa dan Calon

- Mahasiswa di Malaysia. *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia / Articles*.
- Nurani, N. (2022). implementasi penggunaan digital marketing sebagai strategi penguatan sdm umkm binaan kadin kota bandung berkarakter technopreneurship. *jurnal pengabdian kepada masyarakat*.
- Priliasari, E. (2023). perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce menurut peraturan perundang-undangan di indonesia. *Jurnal Rechts Vinding : Media Publikasi Hukum Nasional*.
- Rosadi, S. d. (2016). implikasi penerapan program e-health dihubungkan dengan perlindungan data pribadi. *Jurnal Arena Hukum*.
- Wijandari, A., Arifin, S., Haryadi, R. N., & Kumala, D. (2023). Culinary creations for the development of MSMEs in creating traditional West Cikalong foods and drinks. *Pasundan Community Service Development*, 1(2), 25-28.