

# Menuju *Smart Village* Sinergi *E-commerce* dan *Digital Marketing* untuk Kesejahteraan Masyarakat Desa

Agung Baitul Hikmah <sup>[1]</sup>; Tuti Alawiyah <sup>[2]</sup>; Haerul Fatah <sup>[3]</sup>; Taufik Wibisono <sup>[4]</sup>

1,2,3,4. Sistem Informasi Kota Tasikmalaya, Fakultas Teknik dan Informatika  
Universitas Bina Sarana Informatika  
agung.abl@bsi.ac.id

## Info Artikel

### Keywords:

*Smart Village; E-commerce; Digital Marketing; UMKM*

### Kata Kunci:

*Smart Village; E-commerce; Digital Marketing;UMKM*

## Abstract

*The growth of e-commerce has opened up opportunities for UMKM to expand their market and improve the welfare of rural communities. However, many UMKM do not yet understand their potential. This activity aims to help UMKM in Serang Village improve the marketing of their products through e-commerce and digital marketing training. The implementation method includes training materials and hands-on practice in creating e-commerce accounts, posting products, and copywriting. The output targets are increased participant knowledge of e-commerce and digital marketing, as well as the realization of Smart Village through the synergy of e-commerce and digital marketing to improve the welfare of rural communities. This activity is documented in the form of a video and published online.*

## Abstrak

*Pertumbuhan e-commerce membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Namun, banyak UMKM belum memahami potensinya. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM Desa Serang meningkatkan pemasaran hasil produksinya melalui pelatihan e-commerce dan digital marketing. Metode pelaksanaan meliputi materi pelatihan dan praktik langsung membuat akun e-commerce, posting produk, dan copywriting. Target luaran adalah meningkatnya pengetahuan peserta tentang e-commerce dan digital marketing, serta terwujudnya Desa Cerdas melalui sinergi e-commerce dan digital marketing untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Kegiatan ini didokumentasikan dalam bentuk video dan dipublikasikan secara online.*

## I. PENDAHULUAN

Di era digital ini, pembangunan desa tak lepas dari pemanfaatan teknologi. Konsep Desa Cerdas (*Smart Village*) mendorong desa untuk bertransformasi menggunakan teknologi guna meningkatkan kualitas layanan dasar dan pembangunan desa berbasis pemberdayaan masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan. Salah satu peluang yang terbuka adalah digitalisasi ekonomi, yang memungkinkan masyarakat luas untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi, baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha.

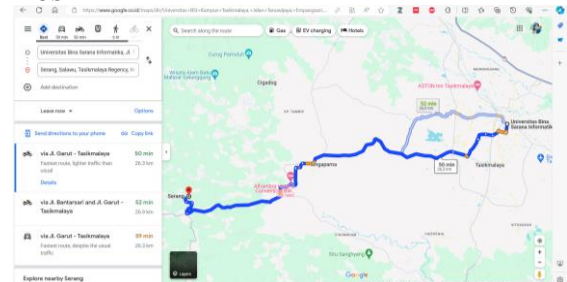
Penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital mampu meningkatkan kinerja UMKM (Armiani dan Nursansiwi 2023) dan penting untuk diadaptasi oleh pelaku bisnis agar dapat bertahan dan berkembang (Astuti, Sayudin, dan Azka Muharam 2023). Namun, masih banyak masyarakat, terutama di daerah terpencil, yang belum memahami atau memanfaatkan potensi e-commerce secara optimal. Hal ini diperparah dengan perubahan teknologi yang cepat dan kebutuhan akan penguasaan teknologi digital yang semakin tinggi (Royan et al. 2024).

Kesenjangan literasi digital dan pengetahuan tentang e-commerce menjadi tantangan utama bagi masyarakat di daerah terpencil. Hal ini berakibat pada keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas dan peluang untuk meningkatkan pendapatan.

Oleh karena itu, dibutuhkan upaya untuk meningkatkan literasi digital dan pengetahuan tentang e-commerce bagi masyarakat di Desa Serang. Hal ini dapat dilakukan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada pemanfaatan e-commerce.

## II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan mitra pemerintahan Desa Serang, Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, yang beralamat di Kp. Serang Rt. 004 Rw. 001, Desa. Serang, Kecamatan. Salawu, Kabupaten Tasikmalaya. Desa Serang ini berjarak sekitar 26 KM dari Universitas BSI Kampus Kota Tasikmalaya dengan jarak tempuh sekitar 50 menit menggunakan kendaraan bermotor atau mobil.



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Serang dari Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kota Tasikmalaya  
Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan

pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Serang, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam memanfaatkan platform e-commerce dan strategi digital marketing. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 18 Mei 2024, di Aula Desa Serang, Kabupaten Tasikmalaya.



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan PKM

### 1. Persiapan:

- Tim PKM berkoordinasi dengan mitra pemerintah Desa Serang dan mitra pelaku UMKM Komunitas Digital untuk menentukan kebutuhan dan waktu pelaksanaan kegiatan.
- Tim PKM melakukan riset untuk memahami kondisi dan kebutuhan mitra secara lebih mendalam.
- Tim PKM menyusun proposal kegiatan PKM yang memuat tujuan, metode pelaksanaan, jadwal kegiatan, dan anggaran biaya pelaksanaan.

### 2. Perancangan dan Pembuatan Materi:

- Tim PKM merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.
- Materi pelatihan mencakup:
  - Pengenalan platform e-commerce.
  - Strategi digital marketing melalui teknik *copywriting*
  - Praktik langsung penggunaan platform e-commerce, posting produk, dan *copywriting*
- Tim PKM membuat materi pelatihan dalam bentuk presentasi, handout, dan video tutorial.

### 3. Pelaksanaan Pelatihan:

- Pelatihan dilaksanakan selama satu hari di Aula Desa Serang.
- Tim PKM menyampaikan materi pelatihan dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk praktik langsung.
- Tim PKM memberikan pendampingan kepada peserta selama praktik berlangsung.

### 4. Monitoring dan Evaluasi:

- Tim PKM melakukan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan PKM ini.
- Evaluasi dilakukan melalui kuisioner, diskusi dengan peserta, dan observasi.
- Tim PKM menganalisis hasil evaluasi dan membuat laporan.

### 5. Tindak Lanjut:

- Tim PKM memberikan rekomendasi kepada mitra untuk meningkatkan keberhasilan implementasi solusi yang ditawarkan.
- Tim PKM menjalin kerjasama dengan mitra untuk melakukan pendampingan dan pembinaan lebih lanjut.
- Tim PKM melakukan publikasi hasil kegiatan PKM kepada khalayak yang lebih luas.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan Peserta Mitra PKM

Berdasarkan hasil kuisioner yang dibagikan kepada peserta, diketahui bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform e-commerce dan strategi digital marketing. Hal ini dibuktikan dengan:

- Peserta dapat menyebutkan dan menjelaskan fungsi dari beberapa platform e-commerce populer, seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada.
- Peserta dapat membuat akun dan membuat produk di platform e-commerce.
- Peserta dapat menerapkan beberapa strategi digital marketing, seperti membuat teknik *copywriting*.



Gambar 3. Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan Peserta Mitra PKM

## 2. Peningkatan Antusiasme Peserta Mitra PKM

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Hal ini terlihat dari:

- Peserta aktif dalam mengikuti materi pelatihan.
- Peserta banyak bertanya dan berdiskusi dengan pemateri.
- Peserta bersemangat untuk praktik langsung menggunakan platform e-commerce.
- Peserta dapat mempraktikkan langsung seni berjualan dengan teknik *copywriting*.



Gambar 4. Antusiasme Mitra Peserta PKM

## 3. Pembentukan Jejaring dan Kolaborasi Mitra PKM

Kegiatan PKM ini juga telah berhasil memfasilitasi terbentuknya jejaring dan kolaborasi antara pelaku UMKM di Desa Serang. Hal ini terlihat dari:

- Peserta saling bertukar informasi dan pengalaman tentang bisnis mereka.
- Peserta berencana untuk bekerja sama dalam hal pemasaran produk mereka.

Hasil kegiatan PKM ini juga sejalan dengan teori dan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pemanfaatan platform e-commerce dan strategi digital marketing dapat membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan daya saing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Sinergi E-commerce dan Strategi Digital Marketing dapat menjadi solusi yang tepat untuk meningkatkan kualitas hidup dan ekonomi masyarakat. Melalui kegiatan ini, komunitas dapat diajak untuk memahami konsep dasar e-commerce, mulai dari

pembuatan akun, berbelanja online, hingga memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, penggunaan e-commerce juga dapat membuka peluang baru bagi para pelaku usaha lokal untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Utami et al. 2023) (Praditya 2024) serta bersaing secara global (Natasyah and Nasution 2023) dan dapat meningkatkan penjualan (Sutrisno et al. 2024). Dengan memanfaatkan platform e-commerce, mereka dapat menjual produk lokal mereka tidak hanya secara lokal tetapi juga secara nasional bahkan internasional.

Dalam konteks pemasaran digital, e-commerce menawarkan beragam strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk atau jasa. Dengan pendekatan yang tepat dalam pemasaran digital, misalnya melalui media sosial, dan kampanye iklan online yang terukur, pelaku usaha lokal dapat memperoleh keunggulan kompetitif di pasar digital yang semakin kompetitif. Pemanfaatan e-commerce secara maksimal dapat membantu perkembangan bisnis serta bersaing di pasar digital (Arkhan et al. 2024). Selain manfaat ekonomi, penggunaan e-commerce juga berpotensi untuk mengurangi kesenjangan akses terhadap barang dan jasa antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Melalui pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan e-commerce, masyarakat di daerah terpencil atau kurang berkembang dapat memiliki akses yang sama terhadap berbagai produk dan layanan, sehingga meningkatkan kualitas hidup dan memperluas kesempatan ekonomi mereka.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, tetapi juga untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, akan terjadi transfer pengetahuan dan keterampilan dari pihak yang memiliki pemahaman mendalam tentang e-commerce kepada masyarakat luas. Hal ini tidak hanya meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat, tetapi juga memperkuat ikatan sosial dan solidaritas di dalam komunitas. Setelah mendapatkan pelatihan digital marketing ini, diharapkan peserta dapat

mengkombinasikan pemasaran konvensional dengan pemasaran online dapat meningkatkan penghasilan peserta (Gustini et al. 2024) dan daya saing bisnis. (Putra et al. 2023).



Gambar 5. Kegiatan Foto Bersama dengan Panitia dan Mitra Peserta PKM

#### IV. KESIMPULAN

Kegiatan PKM Smart Village Senergi Penggunaan Platform E-commerce dan Strategi Digital Marketing di Desa Serang telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Serang, khususnya pelaku UMKM, dalam memanfaatkan platform e-commerce dan strategi digital marketing. Hal ini diharapkan dapat membantu mereka untuk meningkatkan penjualan produknya, meningkatkan pendapatan UMKM, dan meningkatkan daya saing UMKM.

#### V. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada rekan Dosen PKM dan Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika: atas dedikasi, tenaga, dan pikiran yang telah dicurahkan untuk mendukung kelancaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Kontribusi kalian sangatlah berharga bagi kesuksesan acara ini.

Bapak Asep Dudung, SH selaku Kepala Desa Serang dan Bapak Yusup Riyana, AMd.Kom selaku Kader Komunitas Digital atas kesediaan dan kerjasama serta kolaborasi menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan. Dukungan dan arahan.

Berkat kerjasama yang erat dari semua pihak, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dapat terselenggara dengan sukses dan memberikan manfaat yang nyata bagi para peserta. Kami berharap kerjasama ini dapat terus berlanjut dan ditingkatkan di masa depan

untuk menciptakan perubahan yang lebih baik bagi masyarakat.

#### VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arkhan, Mohamad Royhan, Rista Maria, Hartono Putri, Ath Thariq, Athrizqullah Gunawan, Akyla Ortzi Kirandhis, Sonja Andarini, and Indah Respati Kusumasari. 2024. "Strategi Pengembangan Bisnis Digital UMKM Melalui E-Commerce." *Economics And Business Management Journal ( EBMJ )* Februari 3 (1): 3–6. <https://www.ejournal-rmg.org/index.php/EBMJ/article/view/191>.
- Armiani, and Dwi Arini Nursansiwati. 2023. "Peran Teknologi Digital Memediasi Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM Di Nusa Tenggara Barat." *Digital Transformation Technology (Digitech)* 3 (1): 163–73. <https://jurnal.itscience.org/index.php/digitech/article/view/2604>.
- Astuti, Aurelia Widya, Sayudin, and Azka Muharam. 2023. "Perkembangan Bisnis Di Era Digital." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2 (9): 2787–92. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i9.554>.
- Gustini, Azuwandri, Yohanes Susanto, Sudriyanti Putri, and Faridah. 2024. "Pelatihan Penggunaan Digital Marketing (E-Commerce) Untuk UMKM Jamur Tiram Berbasis Digital Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah." *Jurnal Semarak Mengabdikan* 3 (1): 21–26. <https://doi.org/10.56135/jsm.v3i1.153>.
- Natasyah, and Muhammad Irwan Padli Nasution. 2023. "Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran." *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi* 1 (11): 21–30. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/kohesi/article/view/1155/>.
- Praditya, Rayyan Aqila. 2024. "Linking The Role of Digital Marketing and E-Commerce on Performance Marketing." *UJoST (Universal Journal Of Science and Technology)* 3 (2): 7–12. <https://ujost.org/index.php/journal/article/view/149>.
- Putra, Rizaldi, Lambok Rommy Sulaeman, Nurali, Elisabeth Padang, and Tarmuji. 2023. "Strategi Membuat Iklan Yang Efektif Untuk Mendatangkan Pelanggan." *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2 (10): 6755–64. <https://www.bajangjournal.com/index.php>

---

p/J-ABDI/article/view/5206.

- Royan, Fadhil Ar, Maharani Nazwa, Shella Anggraini Nurfadliah, Shiva Aprilia, Winni Fazira, and Hendra Riofita. 2024. "Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Era Digital Pada E-Commerce Di Kota Pekanbaru." *Sinomika Journal* 2 (5): 801–8. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/1771>.
- Sutrisno, Emmira Ifat, Fierda LSP, Muhammad Fatihul Iman, M. Jainul Arifin, and Imelda Dian Rahmawati. 2024. "Peran Pemasaran Digital Dan E-Commerce Terhadap Performance Marketing Pada Usaha Oleh-Oleh Khas Sidoarjo." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 5 (1): 2563–73. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/4332>.
- Utami, Kurnia Riesty, Ni Kadek Yuliandari, Wardha Nilawati, Moh. Fahrurrozi, Hurin In Lia Amalia Qory, Dilla Cattleyana, Sofia Asyriana, and Arif Rahman Hakim. 2023. "Pendampingan Dan Penyuluhan Sumber Daya Manusia Berbasis Pelatihan Sistem Informasi Keuangan Dan Digital Marketing (E-Commerce) Dalam Meningkatkan Penjualan Ekonomi Kreatif Di Desa Bulusari, Banyuwangi." *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti* 4 (2): 369–80. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v4i2.167>.