

## PELATIHAN E-COMMERSE PADA KELOMPOK WANITA TANI RUKUN SARI, MALANGAN, SRIGADING, BANTUL

Tri Hastono<sup>1</sup>, Bayu Gilang Purnama<sup>2\*</sup>, Danang Widyawarman<sup>3</sup>, Brevi Istu Pambudi<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Informatika, Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Yogyakarta

<sup>2\*</sup> Pendidikan Vokasional Teknologi Otomotif, Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Yogyakarta

<sup>3</sup> Teknologi Rekayasa Elektro-Medis, Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Yogyakarta

<sup>4</sup> Gizi, Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Yogyakarta

e-mail: [trihastono.13@gmail.com](mailto:trihastono.13@gmail.com)<sup>1</sup>, [bayugilangpurnomo@upy.ac.id](mailto:bayugilangpurnomo@upy.ac.id)<sup>2\*</sup>, [danangwidyawarman@upy.ac.id](mailto:danangwidyawarman@upy.ac.id)<sup>3</sup>, [brevi@upy.ac.id](mailto:brevi@upy.ac.id)<sup>4</sup>

Received : Oktober, 2024	Accepted : Oktober, 2024	Published : Oktober, 2024
--------------------------	--------------------------	---------------------------

### Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani (KWT) Rukunsari, Malangan, Sanden, Bantul, dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan anggota mengenai strategi penjualan online serta menciptakan toko online yang mendukung pemasaran produk jahe instan. Masalah utama yang dihadapi oleh KWT Rukunsari adalah terbatasnya metode pemasaran yang hanya melalui status WhatsApp, yang menyebabkan jangkauan pasar menjadi sangat terbatas. Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui pelatihan *e-commerce*. Pelatihan meliputi pengenalan *platform online* untuk penjualan, pembuatan toko *online*, dan cara meningkatkan visibilitas produk melalui media sosial serta *platform e-commerce*. Pendekatan partisipatif digunakan selama pelatihan, sehingga anggota KWT dapat langsung mempraktikkan pembuatan akun dan toko *online*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota dalam strategi pemasaran *online*. Selain itu, KWT berhasil menciptakan toko *online* untuk memasarkan produk jahe instan mereka, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan adanya toko online ini, produk jahe instan KWT Rukunsari kini lebih mudah diakses oleh konsumen di luar lingkup lokal.

Kata Kunci : Pelatihan, e-commerce, KWT Rukunsari, jahe instan

### Abstract

*This community service activity was carried out in the Women's Farmer Group (KWT) Rukunsari, Malangan, Sanden, Bantul, with the aim of increasing members' knowledge of online sales strategies and creating an online store to support the marketing of instant ginger products. The main problem faced by KWT Rukunsari was the limited marketing method, which was only through WhatsApp status, resulting in a very limited market reach. The method used in this activity was e-commerce training. The training covered an introduction to online sales platforms, creating online stores, and increasing product visibility through social media and e-commerce platforms. A participatory approach was used during the training, allowing KWT members to directly practice creating accounts and online stores. The results of the activity showed an increase in members' knowledge and skills in online marketing strategies. In addition, KWT successfully created an online store to market their instant ginger products, which is expected to increase sales and expand their market reach. With the establishment of this online store, KWT Rukunsari's instant ginger products are now more accessible to consumers beyond the local area.*

*Keyword : Training, e-commerce, KWT Rukunsari, instant ginger*

### Pendahuluan

Kecamatan Sanden merupakan salah satu dari 17 kecamatan yang ada di Kabupaten Bantul yang sebagian wilayahnya berbatasan langsung dengan pesisir. Kecamatan Sanden tergolong

wilayah dataran rendah yang beriklim tropis dengan kondisi cuaca yang panas. Luas wilayah Kecamatan Sanden sebesar 23,18 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 4 desa yaitu Desa Gadingsari, Desa Gadingharjo, Desa Srigading, dan Desa Murtigading. Desa Srigading merupakan salah satu desa dari total 4 desa yang

berada di Kecamatan Sanden, Kabupaten Bantul yang memiliki luas wilayah sebesar 7,58 km<sup>2</sup>. Desa Srigading berdiri pada tanggal 18 Desember 1946 yang merupakan gabungan dari 4 kelurahan yaitu Kelurahan Kalidjurang, Kelurahan Sabrahah, Kelurahan Pugeran dan Kelurahan Gunung Wingko. 'Secara topografis Desa Srigading termasuk dataran rendah dengan ketinggian 2-10 meter di atas laut dan tergolong ke dalam kategori desa pantai. Penduduk di Desa Srigading memanfaatkan pengairan dari sungai Winongo yang melewati Desa Srigading (Rango'o, Sujarto, & Kurniati, 2020).

Desa Srigading memiliki luas 758 hektar yang terdiri dari lahan sawah, lahan bukan sawah, dan lahan non pertanian. Berdasarkan Perda Kabupaten Bantul No 4 tahun 2011, Desa Srigading merupakan kawasan suaka alam, pelestarian alam, cagar budaya dan argowista Kabupaten Bantul (Bantul, 2011; Zakaria & Hayati, 2022). Sehingga menjadi wajar jika sebagian besar warga Desa Srigading memiliki mata pencaharian sebagai petani. Adapun pertanian yang utama Desa Srigading adalah padi, lombok, jahe, dan bawang merah.

Laporan Kementerian PUPR Republik Indonesia, tiga provinsi dipulau Jawa ini akan terhubung selain oleh jalur bebas hambatan (tol) yaitu melalui Jalur Jalan Lintas Selatan (JLS) atau Jalur Pantai Selatan (Pansela) (Edy, Baiquni, & Triatmodjo, 2019; Pusat Data dan Teknologi Informasi, 2020). Saat ini pembangunan JLS atau pansela sendiri sudah terlaksana dan salah satu rute dari Pansela melalui Desa Srigading. Dengan adanya Jalur Pansela tersebut membuat potensi wilayah Bantul khususnya Desa Srigading akan terangkat. Salah satu potensi yang dapat terangkat adalah potensi perekonomian warga Desa Srigading. Dengan melihat peluang tersebut, Desa Srigading membentuk beberapa wadah usaha, salah satunya adalah Kelompok Wanita Tani (KWT).

Kelompok Wanita Tani (KWT) Rukun Sari adalah salah satu KWT yang ada di Desa Srigading. KWT Rukun Sari berlokasi pada pedukuhan Malangan Desa Srigading. KWT Rukun Sari berdiri sekitar 1 tahunan dengan jumlah anggota 62 orang. KWT Rukun Sari diketuai oleh Ibu Suciwati, seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian, KWT Rukun Sari sudah melakukan beberapa kegiatan usaha perniagaan dari hasil olahan hasil pertanian. Menurut Ibu Suciwati, KWT Rukun Sari memulai melakukan perniagaan olahan hasil bumi setelah mendapatkan beberapa pelatihan untuk pemberdayaan KWT. Salah satu pelatihan yang pernah dilaksanakan adalah pelatihan pembuatan bubuk jahe instan.

Ibu Suciwati juga menuturkan jika animo pembeli lebih condong pada bubuk jahe instan daripada olahan hasil bumi yang lain. Permintaan bubuk Jahe meningkat drastis jika terdapat momen

penting seperti lebaran atau liburan sekolah. Ketika momen tersebut datang, pekerjaan utama sebagai petani padi atau bawang merah akan ditinggalkan untuk segera melakukan pembuatan bubuk jahe instan. Untuk penjualan sendiri masih belum begitu luas. Dan model dari perniagaan yang dilakukan masih menggunakan platform *whatsapp*. Melalui status *whatsapp* dari setiap anggota KWT inilah pemasaran produk jahe instan dilakukan. Bukan rahasia lagi jika status/*story whatsapp* hanya dilihat oleh orang yang menyimpan nomor *whatsapp* yang pembuat status/*story whatsapp*. Hal ini yang menyebabkan penjualan produk jahe instan tidak meningkat.

Seperti yang kita ketahui, *story/status whatsapp* yang dibuat oleh seseorang, tentu yang bisa melihat status tersebut adalah orang yang tersimpan dalam kontak kita dan orang tersebut menyimpan nomor *whatsapp* kita (Mawadati et al., 2022; Wicaksono, Arga, Sadewa, & Susanto, 2023). Jadi jika kita memilih status/*story whatsapp* untuk pemasaran produk, maka sangat sedikit yang melihat produk kita. akan berbeda jika periklanan produk kita menggunakan *platform* lain, seperti *e-commerce*, dimana pengguna *e-commerce* tersebut sudah banyak, tentu semakin banyak orang yang mengetahui produk kita.

Atas dasar permasalahan ini, tim pengabdian sepakat untuk melakukan pengabdian dimana pengabdian yang dilakukan merupakan solusi permasalahan KWT Rukunsari. Adapun tujuan utama pelatihan *e-commerce* sebagai media pemasaran produk olahan serbuk jahe agar lebih efektif dan efisien melalui *e-commerce* (Anisa, Kurniawati, Arifin, & Haqiqi, 2022; David K, Maharani C.P., Rummy, & Tahniah, 2023). Adapun *platform e-commerce* yang dipilih adalah *shopee*. Dengan diadakannya pelatihan *e-commerce* diharapkan penjualan produk jahe instan KWT Rukunsari, Malangan, Sanden, Bantul meningkat.

## Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di KWT Rukunsari, Malangan, Srigading, Sanden, Bantul, difokuskan pada pelatihan *e-commerce* dengan tujuan meningkatkan penjualan produk lokal jahe instan pada skala yang lebih luas. Pelatihan menggunakan platform *Shopee*, yang dianggap cocok untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan aksesibilitas produk. Metode pelatihan terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu tahap awal, tahap inti, dan tahap akhir.

Tahap awal dimulai dengan proses registrasi peserta yang dilakukan pada pukul 08.30. Setiap peserta mencatatkan kehadirannya untuk memastikan keterlibatan dalam setiap sesi pelatihan yang akan diadakan. Selanjutnya, acara pembukaan dimulai pada pukul 09.00, dengan pembacaan susunan acara dan doa bersama untuk kelancaran kegiatan. Tahapan pembukaan ini dipandu oleh

Bayu Gilang Purnomo, M.Pd., yang bertanggung jawab atas jalannya seluruh acara dari awal hingga akhir. Setelah dilakukan pembacaan susunan acara dilanjutkan dengan penyampaian sambutan dari 2 belah pihak.

Sambutan pertama pada tahap awal ini disampaikan oleh Kepala Dukuh Malangan, Bapak Suwarna, A.Md, yang dimulai pukul 09.05 hingga 09.15. Dalam sambutannya, beliau menyampaikan dukungan dan harapan atas pelatihan ini agar anggota KWT dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam pemasaran digital. Sambutan berikutnya diberikan oleh ketua tim pengabdian, Tri Hastono, S.Kom., M.T., yang menjelaskan tujuan dan pentingnya penguasaan *e-commerce* bagi KWT dalam memperluas pemasaran produk jahe instan.

Tahap inti dimulai tepat pukul 09.25 dengan pelaksanaan pretest untuk mengukur pengetahuan dasar peserta mengenai *e-commerce*. Pretest ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang mencakup aspek-aspek umum *e-commerce*, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta sebelum materi inti disampaikan. Hasil dari *pretest* ini akan dibandingkan dengan hasil *posttest* di akhir pelatihan untuk mengukur efektivitas kegiatan.

Setelah pretest, materi pengabdian dimulai dengan penyampaian penjelasan singkat tentang konsep *e-commerce* dan cara penggunaannya untuk penjualan produk secara online. Materi ini disampaikan oleh Danang Widayawarman, S.ST., M.Sc., yang menguraikan manfaat dan potensi *e-commerce* dalam meningkatkan akses pasar bagi produk-produk KWT. Penjelasan ini juga mencakup strategi dasar untuk memaksimalkan keberhasilan dalam berjualan di *platform* Shopee.

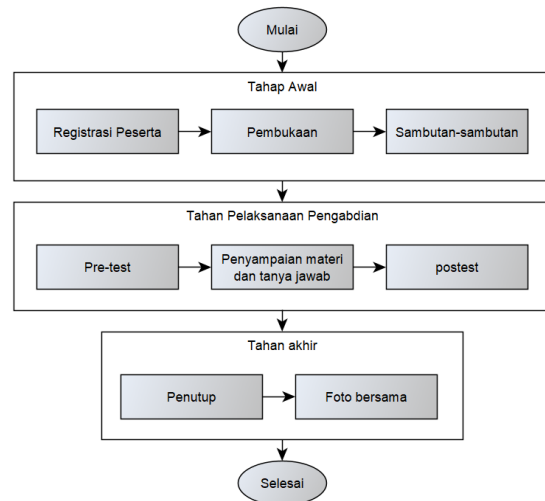
Sesi selanjutnya dalam tahap inti adalah pelatihan praktis tentang penggunaan *platform* Shopee, yang meliputi cara mendaftarkan akun, membuat profil toko, dan mengunggah produk. Peserta diberi kesempatan untuk langsung mempraktikkan cara membuat toko online dan menampilkan produk jahe instan yang dimiliki oleh KWT Rukunsari. Praktik ini membantu peserta untuk memahami langkah-langkah teknis dalam mengelola toko online mereka secara mandiri.

Selain itu, pada sesi ini juga diadakan diskusi dan tanya jawab yang memungkinkan peserta untuk menyampaikan kesulitan atau pertanyaan terkait penggunaan Shopee. Diskusi ini diharapkan membantu peserta dalam menghadapi hambatan yang mungkin mereka temui saat mengelola toko online. Dengan demikian, setiap peserta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan dukungan teknis dalam memulai penjualan secara online.

Tahap inti ditutup dengan *posttest* untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan peserta setelah pelatihan. *Posttest* ini memberikan gambaran mengenai pemahaman dan penyerapan materi yang

telah disampaikan. Dibandingkan dengan hasil *pretest*, *posttest* ini akan menunjukkan seberapa efektif pelatihan dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta tentang *e-commerce*.

Tahap akhir ditandai dengan doa penutup dan sesi foto bersama sebagai bentuk dokumentasi kegiatan. Untuk alur dari kegiatan pelatihan *e-commerce* yang telah dilakukan pada padukuhan Malangan dapat dilihat pada gambar 1 dibawah



**Gambar 1:** Alur pelatihan *e-commerce* di pedukuhan Malangan.

## Hasil dan Pembahasan

Pelatihan *e-commerce* yang dilaksanakan di Padukuhan Malangan, Sanden, Bantul merupakan janji wajib dari pengabdian yang didanai oleh Kemendikbud pada tahun anggaran 2024. Pelatihan *e-commerce* dilakukan pada tanggal 14 September 2024 dan dihadiri oleh 25 orang yang merupakan campuran anggota KWT Rukunsari dan beberapa dari karangtaruna pedukuhan Malangan.

Pelatihan *e-commerce* di Padukuhan Malangan, Srigading, Sanden, Bantul diikuti 25 orang. 25 peserta pelatihan terdiri dari pengurus KWT Rukunsari, Perwakilan karangtaruna, dan kelompok petani masyarakat dipadukuhan Malangan.

Sebelum masuk pada penyampaian materi oleh pemateri, dilakukan *pretest*. *Pretest* bertujuan untuk mengidentifikasi pengetahuan dasar dan kesiapan peserta sebelum menerima materi inti pelatihan. Dengan mengetahui tingkat pemahaman awal, pelatih dapat menyesuaikan pendekatan penyampaian materi agar lebih sesuai dengan kebutuhan peserta.

*Pretest* yang dilakukan dengan metode tanya jawab pada peserta pelatihan. Adapun pertanyaan yang ditanyakan oleh pemateri adalah pertanyaan-pertanyaan yang standar. Pertanyaan pada *pretest* ini nanti ditanyakan lagi pada *posttest*. Untuk pertanyaan daftar pertanyaan yang disajikan pada tabel 1 dibawah ini.

*Table 1: Daftar pertanyaan pretest dan posttest.*

No	Pertanyaan	Jumlah jawaban benar	Jumlah jawaban salah
1	Apa yang dimaksud dengan E-commerce ?	6	19
2	Sebutkan salah satu manfaat dari menggunakan e-commerce dalam berbisnis?	5	20
3	Sebutkan salah satu platform e-commerce yang ada di Indonesia?	5	20

Hasil pretest menunjukkan variasi tingkat pemahaman peserta, dengan beberapa peserta yang cukup memahami dasar-dasar *e-commerce* dan selebihnya lagi yang masih awam. Berdasarkan hasil ini, pelatih dapat menyesuaikan fokus materi agar lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan peserta, terutama dalam mempersiapkan mereka untuk sesi praktik pembuatan toko *online*. Pretest ini juga memberikan gambaran tentang tantangan atau kesulitan yang mungkin dihadapi oleh peserta selama pelatihan, sehingga pelatih dapat memberikan penjelasan yang lebih rinci pada topik-topik tertentu.

Dengan adanya *pretest*, pengabdian masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang lebih terarah dan tepat sasaran bagi KWT Rukunsari. Melalui pretest, diharapkan peserta memiliki dasar yang lebih baik untuk memahami dan menguasai keterampilan *e-commerce* yang akan disampaikan. Tahapan ini menjadi penting untuk memastikan bahwa pelatihan benar-benar memberikan dampak signifikan bagi peningkatan kapasitas pemasaran produk jahe instan KWT Rukunsari secara *online*.

Pemberian materi pelatihan *e-commerce* dengan fokus pada platform Shopee bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis bagi anggota KWT Rukunsari dalam memasarkan produk jahe instan mereka secara *online*. Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan tentang manfaat *e-commerce*, fitur-fitur Shopee, dan langkah-langkah spesifik untuk membuat akun serta toko *online* di platform tersebut. Pelatihan dimulai dengan pengenalan tentang *e-commerce* dan potensinya dalam memperluas jangkauan pasar, di mana penjualan produk bisa dilakukan secara lebih luas dengan audiens yang lebih besar. Shopee dipilih sebagai platform karena aksesibilitas dan kemudahan penggunaannya.

Pembuatan akun Google menjadi langkah awal yang penting dalam pelatihan *e-commerce* di KWT Rukunsari, khususnya dalam penggunaan Shopee. Dalam konteks pelatihan ini, akun *Google* dibutuhkan karena akses ke banyak aplikasi, termasuk Shopee, sering memerlukan alamat email aktif yang dapat digunakan untuk mengonfirmasi registrasi, menerima notifikasi, dan memantau aktivitas toko *online*. Pembukaan materi ini dimulai dengan penjelasan mengenai pentingnya akun *Google* dalam mendukung aktivitas *e-commerce*,

termasuk untuk mengelola toko di Shopee. Peserta yang belum memiliki akun Google dibimbing untuk membuatnya, sementara yang sudah memiliki akun diajak untuk memastikan bahwa akun mereka berfungsi dan dapat diakses.

Pada sesi ini, langkah pertama yang dilakukan adalah membuka halaman Google melalui browser yang terdapat pada perangkat peserta, baik ponsel maupun laptop. Instruktur memandu setiap langkah secara rinci, mulai dari memilih opsi "*Sign in*" atau "Masuk" di sudut kanan atas halaman Google, lalu memilih "*Create account*" atau "Buat akun" untuk mendaftar sebagai pengguna baru. Penjelasan mengenai pentingnya memilih opsi "Untuk diri sendiri" atau "*For myself*" juga diberikan, untuk memastikan bahwa akun yang dibuat sesuai dengan tujuan pribadi, bukan untuk kepentingan bisnis atau lembaga tertentu.

Setelah memilih opsi pendaftaran, peserta diarahkan untuk mengisi kolom nama depan dan nama belakang mereka. Pada bagian ini, instruktur memberikan penjelasan mengenai pentingnya menggunakan nama asli agar mudah dikenali saat melakukan transaksi dengan pembeli. Selain itu, instruktur menjelaskan bahwa nama yang dipakai juga akan muncul pada email yang dikirimkan, sehingga nama yang jelas dan profesional lebih disarankan. Peserta diberi waktu untuk mengisi kolom ini dengan teliti, dan instruktur siap membantu jika terdapat kesulitan dalam pengisian.

Langkah selanjutnya adalah memilih nama pengguna atau username untuk akun Google. Instruktur menekankan bahwa username harus unik dan belum pernah digunakan oleh pengguna lain. Jika nama yang diinginkan sudah terpakai, Google akan memberikan saran nama alternatif. Pada tahap ini, peserta juga dianjurkan untuk membuat username yang mudah diingat, tidak terlalu panjang, dan sesuai dengan identitas mereka. Misalnya, kombinasi nama dan tanggal lahir dapat menjadi pilihan yang baik untuk memastikan username tersebut mudah dikenali dan unik.

Setelah mengisi *username*, peserta diminta untuk membuat kata sandi. Instruktur menekankan pentingnya kata sandi yang kuat, yang terdiri dari kombinasi huruf besar, huruf kecil, angka, dan simbol. Instruktur juga menjelaskan bahwa kata sandi yang kuat dapat melindungi akun dari risiko peretasan. Peserta diminta untuk membuat kata

sandi yang mudah diingat, namun sulit ditebak orang lain. Dalam hal ini, instruktur juga memberikan contoh-contoh kata sandi yang baik dan tips untuk membuat kata sandi yang aman, seperti menghindari penggunaan nama atau tanggal lahir.

Untuk memastikan kata sandi yang dibuat benar, peserta diminta mengonfirmasi ulang kata sandi tersebut dengan mengetikkan kembali di kolom yang tersedia. Instruktur menjelaskan bahwa pengulangan ini berguna untuk mengurangi kemungkinan kesalahan ketik yang dapat menyebabkan akun sulit diakses di kemudian hari. Setelah mengisi kedua kolom kata sandi, peserta diajak untuk memeriksa kembali semua informasi yang telah diisi sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya.

Pada bagian berikutnya, peserta diminta untuk mengisi nomor telepon mereka sebagai langkah keamanan tambahan. Instruktur menjelaskan bahwa nomor telepon ini akan berguna jika sewaktu-waktu peserta lupa kata sandi atau mengalami masalah dengan akun mereka. Google dapat mengirimkan kode verifikasi ke nomor telepon yang terdaftar untuk membantu peserta mengakses kembali akun mereka. Instruktur juga memastikan peserta merasa nyaman dengan keamanan informasi pribadi ini dan menjelaskan kebijakan privasi Google terkait penyimpanan data pengguna.

Selain nomor telepon, peserta juga diarahkan untuk mengisi alamat email pemulihan jika mereka memiliki akun email lainnya. Alamat email pemulihan ini bermanfaat sebagai langkah cadangan apabila peserta tidak dapat mengakses akun Google mereka di masa mendatang. Instruktur memberikan pilihan kepada peserta yang mungkin belum memiliki email pemulihan untuk melewati langkah ini dan melanjutkan ke tahap berikutnya.

Setelah mengisi informasi keamanan, peserta diminta untuk memilih tanggal lahir dan jenis kelamin mereka. Instruktur menjelaskan bahwa informasi ini digunakan oleh Google untuk kepentingan profil dan keamanan akun. Peserta diajak untuk memasukkan data yang akurat, karena data ini dapat membantu dalam verifikasi akun di masa depan. Instruktur juga memastikan peserta memahami bahwa data ini tidak akan dipublikasikan atau dibagikan tanpa izin mereka.

Langkah berikutnya adalah menyetujui syarat dan ketentuan Google. Instruktur memberikan penjelasan singkat mengenai poin-poin penting dalam kebijakan Google terkait penggunaan akun dan privasi pengguna. Peserta diberikan kesempatan untuk membaca atau menanyakan hal-hal yang belum mereka pahami mengenai kebijakan tersebut sebelum melanjutkan. Setelah memahami syarat dan ketentuan, peserta diarahkan untuk mengklik tombol "Setuju" untuk menyelesaikan pendaftaran.

Ketika akun Google sudah berhasil dibuat, instruktur memastikan bahwa setiap peserta dapat mengakses email mereka dengan benar melalui aplikasi Gmail. Instruktur menjelaskan fungsi utama Gmail, termasuk mengirim dan menerima email, yang akan berguna untuk komunikasi dengan calon pembeli di Shopee. Peserta juga diperkenalkan pada beberapa fitur dasar Gmail, seperti membuat pesan, mengarsipkan email, dan mengatur label untuk mengelola email bisnis dan personal secara efektif.

Dalam sesi ini, instruktur juga memberikan contoh situasi di mana email dapat digunakan dalam kegiatan e-commerce, misalnya untuk menerima notifikasi pesanan dari Shopee atau berkomunikasi dengan layanan pelanggan Shopee jika terjadi masalah. Hal ini membantu peserta memahami manfaat praktis dari memiliki akun Google, terutama dalam mengelola toko online mereka secara efisien dan profesional.

Setelah semua peserta berhasil membuat akun Google, sesi dilanjutkan dengan pengaturan akun Google agar lebih aman dan terstruktur. Instruktur mengajak peserta untuk mengaktifkan verifikasi dua langkah sebagai bentuk perlindungan tambahan. Peserta diberi penjelasan mengenai cara kerja verifikasi dua langkah, yaitu dengan memasukkan kode yang dikirimkan ke ponsel setiap kali ada upaya untuk login ke akun mereka dari perangkat baru.

Verifikasi dua langkah ini sangat dianjurkan untuk menjaga keamanan akun dari akses tidak sah. Instruktur menunjukkan langkah-langkah untuk mengaktifkan fitur ini dan memastikan setiap peserta memahami manfaatnya. Dengan mengaktifkan fitur ini, peserta diharapkan merasa lebih aman dan nyaman dalam menggunakan akun Google mereka untuk kegiatan bisnis di Shopee.

Di tahap berikutnya, instruktur memandu peserta untuk menghubungkan akun Google mereka dengan aplikasi Shopee. Peserta diarahkan untuk mengunduh aplikasi Shopee di ponsel mereka dan memilih opsi pendaftaran menggunakan akun Google. Instruktur menjelaskan bahwa proses ini lebih cepat dan efisien, karena peserta tidak perlu mengisi ulang data yang telah ada di akun Google mereka.

Setelah akun Shopee berhasil terdaftar, instruktur mengajak peserta untuk mengeksplorasi fitur-fitur dasar Shopee, mulai dari cara menambahkan produk hingga mengelola pesanan. Dengan adanya akun Google, peserta dapat dengan mudah menerima notifikasi dari Shopee terkait aktivitas di toko mereka. Ini memudahkan peserta dalam memantau transaksi dan menanggapi pertanyaan atau pesanan dari pelanggan dengan cepat.

Seluruh rangkaian pembuatan akun Google ini memberikan pemahaman dasar yang kuat bagi peserta sebelum memulai pelatihan lebih lanjut

dalam penggunaan Shopee sebagai platform e-commerce. Dengan akun yang aman dan terintegrasi, peserta KWT Rukunsari diharapkan dapat menggunakan teknologi secara efektif untuk mengembangkan bisnis mereka dan meningkatkan daya saing produk jahe instan mereka di pasar yang lebih luas.

Pada akhir sesi ini, peserta diberi kesempatan untuk bertanya dan menyampaikan kesulitan yang dihadapi selama proses pembuatan akun. Instruktur memberikan waktu tambahan bagi peserta yang membutuhkan bantuan lebih lanjut dan memastikan bahwa setiap peserta memiliki akun

Google yang aktif dan dapat diakses. Dengan demikian, seluruh peserta siap melanjutkan ke sesi berikutnya, yaitu pemanfaatan Shopee untuk pemasaran produk mereka.

Melalui pemahaman yang mendalam tentang pembuatan akun Google, para anggota KWT Rukunsari mendapatkan fondasi yang penting dalam memanfaatkan *e-commerce* secara efektif. Akun Google ini akan berfungsi sebagai pusat komunikasi dan akses ke berbagai aplikasi yang mendukung pemasaran produk secara *online*. Untuk gambar pelatihan e-commerce di pedukuhan Malangan ditunjukkan pada gambar 2 dan 3 dibawah ini.



*Gambar 2: Pelatihan e-commerce di Pedukuhan Malangan, Srigading, Sanden, Bantul (1)*



**Gambar 3:** Pelatihan e-commerce di Pedukuhan Malangan, Srigading, Sanden, Bantul (2)

Setelah setiap peserta memiliki akun Google, pelatihan e-commerce di KWT Rukunsari berlanjut ke pembuatan akun Shopee sebagai platform utama untuk pemasaran produk mereka. Langkah ini penting agar anggota KWT dapat mulai menjual produk jahe instan mereka secara online dengan jangkauan pasar yang lebih luas. Instruktur memulai sesi ini dengan memberikan pengenalan mengenai Shopee dan mengapa platform ini sangat bermanfaat bagi usaha kecil untuk memasarkan produk secara efektif. Selain mudah digunakan, Shopee memiliki fitur-fitur yang mempermudah penjual mengelola toko *online* mereka.

Langkah pertama yang dilakukan dalam pembuatan akun Shopee adalah membuka aplikasi Shopee yang sebelumnya telah diunduh oleh peserta. Bagi peserta yang belum mengunduh aplikasi ini, instruktur memberikan waktu untuk mendownload aplikasi dari Google Play Store. Setelah semua peserta memiliki aplikasi Shopee, instruktur menunjukkan cara membuka aplikasi dan memilih opsi “Daftar” atau “*Sign Up*” untuk memulai proses pembuatan akun.

Setelah masuk ke halaman registrasi, peserta diberi pilihan untuk mendaftar menggunakan nomor telepon, akun Facebook, atau akun Google. Karena setiap peserta telah memiliki akun Google, instruktur menganjurkan untuk memilih opsi pendaftaran dengan akun Google, yang lebih mudah dan cepat. Peserta hanya perlu mengklik opsi “Daftar dengan Google” dan memilih akun Google yang baru saja dibuat atau yang sudah ada sebelumnya.

Langkah berikutnya adalah mengonfirmasi informasi akun Google yang akan terhubung ke Shopee. Instruktur menjelaskan bahwa Shopee akan meminta izin untuk mengakses akun Google peserta, yang meliputi informasi dasar seperti alamat email dan nama. Hal ini penting agar Shopee dapat memverifikasi identitas pengguna dan menjaga keamanan akun mereka. Setelah peserta memahami dan menyetujui persyaratan ini, mereka melanjutkan dengan mengklik “Izinkan” atau “*Allow*”.

Setelah akun terhubung, Shopee akan meminta peserta untuk mengisi beberapa informasi tambahan seperti nama pengguna atau username Shopee. Instruktur menyarankan agar peserta memilih nama pengguna yang profesional dan mudah diingat, karena nama ini akan terlihat oleh calon pembeli. Selain itu, nama pengguna yang jelas akan memudahkan calon pelanggan dalam menemukan toko mereka di Shopee.

Peserta kemudian diarahkan untuk mengatur kata sandi yang akan digunakan untuk mengakses akun Shopee mereka. Instruktur menekankan pentingnya kata sandi yang kuat dan unik, agar akun mereka aman dari potensi akses tidak sah. Peserta diminta untuk menggabungkan huruf besar, huruf kecil, angka, dan simbol dalam kata sandi mereka. Setelah kata sandi dibuat, peserta mengonfirmasi dengan memasukkannya kembali di kolom konfirmasi.

Pada tahap ini, akun Shopee peserta sudah hampir siap. Namun, Shopee mungkin mengirimkan kode verifikasi ke nomor telepon yang digunakan untuk memastikan keamanan akun. Peserta yang

memilih mendaftar menggunakan nomor telepon langsung akan menerima SMS berisi kode tersebut, sementara yang menggunakan akun Google akan melalui proses verifikasi tambahan jika diperlukan. Instruktur memberikan waktu agar peserta dapat memasukkan kode ini dengan benar.

Setelah akun terverifikasi, instruktur mengarahkan peserta untuk melengkapi profil toko mereka. Peserta diajak untuk menambahkan foto profil dan nama toko yang sesuai dengan produk yang mereka jual, dalam hal ini jahe instan. Instruktur menjelaskan bahwa foto profil dan nama toko yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Peserta juga dianjurkan untuk membuat deskripsi singkat mengenai toko mereka yang mencerminkan produk dan keunikan dari usaha mereka.

Selanjutnya, peserta diajak untuk mengisi alamat pengiriman toko, yang akan menjadi lokasi utama pengiriman produk mereka. Instruktur menjelaskan pentingnya mengisi alamat dengan benar untuk menghindari kesalahan pengiriman. Peserta diminta untuk memasukkan alamat secara detail agar layanan pengiriman dapat memproses pesanan dengan cepat dan tepat.

Setelah mengisi profil, peserta diarahkan untuk menambahkan metode pembayaran. Instruktur menunjukkan beberapa pilihan metode pembayaran yang tersedia di Shopee, seperti transfer bank dan dompet digital. Peserta diajak untuk memilih metode yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, dengan penjelasan bahwa Shopee memiliki sistem escrow yang akan menahan pembayaran sampai produk diterima pembeli, yang menjamin keamanan transaksi.

Langkah berikutnya adalah menambahkan produk pertama ke toko mereka. Instruktur memberikan panduan tentang cara mengunggah foto produk, menulis deskripsi produk yang informatif, dan menentukan harga. Peserta diajak untuk mengambil foto produk jahe instan mereka dari berbagai sudut dan mengunggahnya ke akun Shopee. Instruktur memberikan tips agar foto produk terlihat menarik dan profesional, yang dapat meningkatkan daya tarik pembeli.

Peserta juga dibimbing untuk mengisi deskripsi produk secara detail, termasuk manfaat

jahe instan, cara konsumsi, dan komposisinya. Instruktur menjelaskan bahwa deskripsi yang jelas dan menarik dapat membantu calon pembeli memahami produk dengan lebih baik dan meningkatkan peluang penjualan. Selain itu, peserta diajak untuk mencantumkan informasi kontak atau media sosial lain yang dapat dihubungi untuk menambah kepercayaan pembeli.

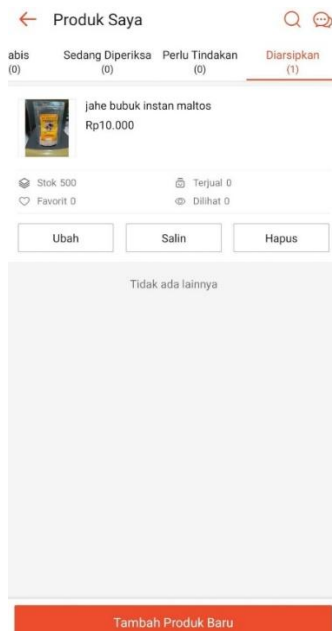
Selain harga, peserta juga diajak untuk mengatur stok produk di Shopee. Instruktur menunjukkan cara memasukkan jumlah stok yang tersedia agar pembeli dapat mengetahui ketersediaan produk. Peserta diingatkan untuk memperbarui stok secara berkala agar informasi di Shopee selalu akurat dan menghindari masalah dengan calon pembeli.

Di bagian akhir sesi, instruktur menunjukkan cara menggunakan fitur "Promo" di Shopee untuk menarik lebih banyak pembeli. Fitur ini memungkinkan penjual untuk membuat diskon atau menawarkan produk dengan harga khusus pada waktu tertentu. Instruktur menjelaskan bahwa promo dapat menarik minat calon pembeli dan menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan di awal pembukaan toko.

Terakhir, instruktur memberikan penjelasan singkat tentang cara memantau pesanan masuk dan menggunakan fitur pesan untuk berkomunikasi dengan pembeli. Peserta diberi tips untuk menanggapi pesan dengan cepat dan sopan, agar pembeli merasa dihargai dan memiliki pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Instruktur juga menunjukkan cara mengakses statistik penjualan di Shopee, yang berguna untuk memantau perkembangan toko.

Dengan selesainya sesi ini, setiap peserta telah memiliki akun Shopee aktif dan siap mengoperasikan toko online mereka. Semua langkah dari registrasi hingga pengaturan produk di Shopee telah disampaikan, sehingga peserta memiliki pemahaman lengkap mengenai pengelolaan toko online.

Dan untuk akun shopee KWT Rukunsari pedukuhan Malangan, Srigading, Sanden, Bantul ditunjukkan pada gambar 4 dibawah ini.



**Gambar 4:** Akun Shopee KWT Rukunsari

Posttest adalah tahap penting dalam pelatihan e-commerce KWT Rukunsari di Padukuhan Malangan, Srigading, Sanden, Bantul. Pada akhir sesi, posttest dilakukan untuk mengukur pemahaman dan peningkatan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Pertanyaan dalam posttest sama dengan pretest, mencakup konsep dasar e-commerce, manfaat penggunaan platform e-commerce seperti Shopee, dan langkah-langkah teknis dalam pengelolaan akun. Dengan menggunakan pertanyaan yang sama, pelatih dapat membandingkan hasil sebelum dan sesudah pelatihan untuk menilai efektivitas materi yang telah disampaikan.

Pada pelaksanaan posttest, instruktur membagikan pertanyaan yang telah disiapkan, meliputi definisi e-commerce, cara membuat akun Shopee, serta langkah-langkah dalam mengunggah produk dan mengelola toko online. Peserta diharapkan dapat menjawab dengan lebih percaya

diri dan memberikan jawaban yang lebih rinci dibandingkan jawaban mereka di awal. Dalam pengisian posttest, instruktur memberikan waktu yang cukup, serta memberikan kesempatan bagi peserta untuk bertanya jika ada hal yang kurang dipahami atau membutuhkan klarifikasi.

Tujuan dari posttest ini adalah untuk memastikan bahwa setiap peserta telah memahami materi dasar dan siap mengaplikasikannya secara mandiri dalam mengelola toko online. Selain itu, posttest juga berfungsi sebagai evaluasi bagi instruktur dalam mengidentifikasi area yang masih memerlukan perbaikan atau penjelasan tambahan. Jika terdapat peserta yang masih mengalami kesulitan dalam menjawab pertanyaan, instruktur memberikan waktu khusus untuk menjelaskan kembali poin-poin penting yang mungkin belum sepenuhnya dipahami. Untuk hasil posttest pelatihan e-commerce dipedukuhan Malangan, Srigading, Sanden, Bantul disajikan pada tabel 2 dibawah.

**Tabel 2:** Hasil posttest pelatihan e-commerce dipedukuhan Malangan

No	Pertanyaan	Jumlah jawaban benar	Jumlah jawaban salah
1	Apa yang dimaksud dengan E-commerce ?	25	0
2	Sebutkan salah satu manfaat dari menggunakan e-commerce dalam berbisnis?	25	0
3	Sebutkan salah satu platform e-commerce yang ada di Indonesia?	25	0

Hasil posttest juga memberikan gambaran tentang kesiapan peserta untuk menjalankan toko online mereka di platform Shopee secara mandiri. Dalam beberapa kasus, instruktur menemukan bahwa ada peningkatan pemahaman yang signifikan pada peserta, terutama dalam hal langkah-langkah teknis seperti pembuatan akun, penggunaan fitur promo, dan pengaturan stok produk. Hal ini

menunjukkan bahwa pelatihan berhasil memberikan keterampilan praktis yang dibutuhkan oleh KWT Rukunsari untuk meningkatkan penjualan produk mereka secara online.

Di akhir sesi *posttest*, instruktur mengadakan diskusi singkat untuk merefleksikan pelajaran yang diperoleh selama pelatihan. Peserta diajak untuk berbagi pengalaman mengenai materi

yang paling membantu dan tantangan yang dihadapi. Beberapa peserta mengungkapkan bahwa langkah-langkah praktis dalam membuat akun dan menambahkan produk sangat bermanfaat, sementara yang lain merasa terbantu dengan penjelasan mengenai strategi pemasaran di Shopee. Refleksi ini membantu instruktur untuk memperbaiki metode pelatihan di masa mendatang agar lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

Dengan berakhirnya posttest dan sesi diskusi, pelatihan e-commerce KWT Rukunsari di

## Simpulan dan Saran

Pelatihan *e-commerce* Shopee sebagai media pemasaran produk jahe instan di Pedukuhan Malangan terbukti sukses dengan hasil yang sangat memuaskan. Seluruh peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam mengoperasikan Shopee untuk menjual produk mereka secara online. Keberhasilan ini terlihat dari hasil posttest, di mana mayoritas peserta mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan menunjukkan pemahaman yang baik tentang konsep dasar e-commerce, pembuatan akun Shopee, dan langkah-langkah teknis dalam pengelolaan toko online. Penyerapan materi secara efektif ini menggambarkan bahwa metode pelatihan telah sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peserta.

Selain hasil posttest yang menunjukkan pemahaman peserta, respons positif terlihat dari antusiasme peserta dalam mengaplikasikan langsung ilmu yang mereka dapatkan selama pelatihan. Peserta secara mandiri mampu mengunggah produk jahe instan, menambahkan deskripsi menarik, mengatur harga, dan mengaktifkan fitur-fitur promosi di Shopee. Bahkan, beberapa anggota KWT Rukunsari telah menerima pesanan pertama mereka dari pembeli online, yang menjadi bukti nyata bahwa pelatihan ini membawa dampak positif bagi peningkatan pemasaran produk mereka.

Keberhasilan pelatihan ini juga tercermin dari perubahan pola pikir peserta mengenai pentingnya pemasaran digital dalam mengembangkan usaha kecil. Anggota KWT kini memahami bahwa penggunaan e-commerce seperti Shopee dapat memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan cara pemasaran konvensional. Mereka tidak lagi bergantung pada pemasaran melalui status WhatsApp, melainkan mulai merambah pasar yang lebih luas dengan menggunakan platform yang lebih profesional dan terpercaya, seperti Shopee.

Sebagai rekomendasi untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, beberapa peserta menyarankan adanya pelatihan lanjutan yang fokus pada strategi pemasaran digital lebih mendalam, seperti penggunaan iklan berbayar di Shopee atau platform media sosial untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, pelatihan tentang fotografi

Padukuhan Malangan secara resmi ditutup. Peserta kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep dan keterampilan dasar dalam menggunakan Shopee sebagai platform e-commerce. Diharapkan dengan bekal ini, anggota KWT dapat mengembangkan toko online mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan produk lokal mereka, terutama produk jahe instan, untuk meningkatkan kesejahteraan kelompok.

produk dan penulisan deskripsi produk yang menarik juga dinilai penting agar peserta dapat meningkatkan daya tarik visual toko *online* mereka. Pengetahuan tambahan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih besar dalam mengoptimalkan potensi penjualan mereka di Shopee.

Secara keseluruhan, pelatihan *e-commerce* Shopee untuk KWT Rukunsari berhasil memberikan hasil yang signifikan dan bermanfaat bagi perkembangan usaha mereka. Keberhasilan ini diharapkan menjadi motivasi bagi peserta untuk terus belajar dan memperbaiki strategi pemasaran produk mereka. Dengan dukungan pelatihan berkelanjutan, diharapkan usaha kecil di Pedukuhan Malangan dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat setempat.

## Daftar Rujukan

- Anisa, N. A., Kurniawati, K., Arifin, S., & Haqiqi, A. (2022). E-Commerce Pada Online Seller Di Kota Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial Sains*, 01(2), 115–123. Retrieved from <http://jurnal.uwp.ac.id/feb/index.php/ie/articel/view/156>
- Bantul, P. (2011). *Peraturan Daerah Kabupaten Bantul* (Vol. 16).
- David K, C., Maharani C.P., N., Rummy, J., & Tahniyah, A. (2023). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Kuota Penjualan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(6), 1488–1494.
- Edy, H., Baiquni, M., & Triatmodjo, B. (2019). Dampak Pembangunan Jalur Jalan Lintas Selatan (Jjls) Terhadap Perubahan Penggunaan Lahan Di Desa Gadingsari, Kecamatan Sanden, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. *Jurnal Spasial*, 6(1), 1–11.
- Mawadati, A., Ustyannie, W., Sulistyaningsih, E., Wibowo, A. H., Sekarjati, K. A., Asih, E. W., & Gulo, T. E. (2022). Strategi Pemasaran Produk Dengan Whatsapp Business Bagi UMKM. *Dharma Bakti*, 5(2), 203–211.
- Pusat Data dan Teknologi Informasi, K. P. U. dan P. R. (2020). PUPR. *Neraca Jalan Lintas Selatan (Pansela)*.
- Rango'o, N. E., Sujarto, D., & Kurniati, A. C. (2020). Kajian Penetapan Lokasi Prioritas

- Kawasan Minapolitan Di Kabupaten Bantul. *Matra*, 1(1), 12–22.
- Wicaksono, G. B. R., Arga, F. H. K., Sadewa, A. B., & Susanto, E. (2023). Strategi Digital Marketing Menggunakan Whatsapp Business Pada Warung Makan Menwari. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Business*, 6(2), 565–570. Retrieved from <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Zakaria, M. U., & Hayati, R. (2022). Keterkaitan Karakteristik Fisik Pesisir Terhadap Pertanian Lahan Pasir di Kecamatan Sanden, Kabupaten Bantul. *Geo Image ( Spatial-Ecological-Regional)*, 11(2), 112–120. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/geoi/mage>