



Strategi Sukses Pemanfaatan E-Commerce Shopee sebagai Bentuk Pemberdayaan Melalui PKK dan Karang Taruna 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 use of digital technology to support the self-reliant economy of Karanganyar Village has not yet been optimized. Potential products from the PKK, such as Eco-Enzyme, are sold only through conventional channels, and the Karang Taruna youth group has not yet intensively developed a productive economy. The community's dependence on the industrial wage system and a lack of productive digital literacy are major issues. This study optimizes the Shopee e-commerce platform to support the PKK and Karang Taruna. This program employs the Participatory Action Research (PAR) method, which includes planning, outreach, hands-on practice, and continuous monitoring. The result is the creation of active, verified Shopee accounts with visually standardized products suitable for sale. As evidence of digital technology mastery, the program successfully achieved its first sales target, or "Pecah Telur." In short, this innovation program successfully shifted the paradigm from conventional marketing to digital self-reliance and enhanced the market value of local goods in the domestic market. Although there are several challenges to address such as technical issues, poor signal, and digital market competition account managers must be more innovative in showcasing unique local products to compete against large, well-established stores on the Shopee e-commerce platform.

Keyword Village Innovation, Shopee E-Commerce, Community Empowerment, Community Service Program (KKN)

PENDAHULUAN

Desa Karanganyar terletak di Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal merupakan wilayah padat penduduk yang memiliki karakteristik masyarakat sangat dinamis dan berbatasan langsung dengan Kota Tegal. Desa Karanganyar mempunyai potensi sumber daya manusia yang sangat besar, baik dari gender pria yang sebagian besar terserap di industri dan jasa kemudian dari gender wanita yang memiliki potensi ekonomi kreatif. Meskipun memiliki potensi karena berada di pusat perindustrian, pemanfaatan teknologi digital untuk menggerakkan ekonomi secara mandiri masih belum optimal. Seperti kelompok PKK yang telah memproduksi produk kreatif seperti *Eco-Enzyme* namun, hanya digunakan untuk konsumsi internal dan pemasarannya masih menggunakan metode konvensional dari mulut ke mulut. Di sisi lain Karang Taruna di Desa Karanganyar yang melek teknologi namun, belum terorganisir dalam ekonomi produktif. Mereka lebih fokus pada aktivitas sosial kemasyarakatan sehari-hari dan memilih dominasi budaya profesi sebagai kerja buruh industri.

Urgensi Kemandirian Digital menjadi masalah strategis untuk mendorong kedua organisasi ini untuk memiliki pondasi digital yang kuat. Pemerintah Desa Karanganyar mengadakan pengenalan marketplace untuk meningkatnya ekonomi desa. Pada pelaksanaannya hanya bersifat teoritis tanpa adanya praktik sehingga program ini tidak berjalan sebagaimana semestinya. Berdasarkan kondisi

Editorial History :	Received : June 1, 2026	Review June 9, 2026	Revision June 13, 2026	Accepted June 15, 2026
---------------------	----------------------------	------------------------	---------------------------	---------------------------



tersebut KKN IBN Tegal mempunyai gagasan untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan pemanfaatan E-Commerce Shopee sebagai bentuk pemberdayaan melalui PKK dan Karang Taruna Desa Karangnyar.

Program inovasi ini dimulai dengan mengadakan sosialisasi dan edukasi Literasi Digital kepada PKK dan Karang Taruna Desa Karangnyar. Dilanjutkan dengan praktik langsung (Hands-on) dari hulu ke hilir mulai dari pendaftaran akun, standarisasi Visual dan manajemen Pengiriman. Tujuannya untuk memastikan bahwa setiap organisasi memiliki kemampuan untuk mengendalikan alur transaksi secara menyeluruh. Target strategisnya adalah keberhasilan penjualan pertama (pecah telur) sebagai bukti nyata penguasaan teknologi, bukan sekadar teori. Monitoring berkelanjutan dan evaluasi daring ditetapkan sebagai fase pendampingan pasca-KKN. Pemantauan terus dilakukan melalui Grup WhatsApp sebagai sarana konsultasi teknis responsif dan rencana kunjungan terbatas untuk menilai perkembangan toko secara fisik.

METODE PELAKSANAAN

Program Inovasi pemanfaatan E-Commerce Shopee sebagai bentuk pemberdayaan melalui PKK dan Karang Taruna desa Karangnyar merupakan bagian dari bentuk kegiatan Kuliah Kerja Nyata dengan pemberdayaan masyarakat dalam mengubah paradigma pemasaran konvensional ke digital melalui inovasi e-commerce Shopee. Inovasi ini secara efektif meningkatkan literasi digital produktif masyarakat dan juga meningkatkan nilai produk lokal seperti Eco-Enzyme yang sebelumnya hanya digunakan untuk konsumsi internal, saat ini memiliki nilai jual kompetitif di pasar nasional. Hal ini dicapai melalui penguatan ekonomi seseorang sehingga mereka nantinya tidak bergantung pada sistem upah industri yang ada saat ini.

Dasar hukum program inovasi ini yaitu: pertama, Undang-undang Nomor 3 Tahun 2024 tentang Desa pada Pasal 26 ayat 2 yang memberi pemerintah desa legitimasi untuk inovasi memanfaatkan teknologi tepat guna.¹ Kedua, Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2023 Tentang Rincian Prioritas Penggunaan Dana Desa Pasal 7 poin ke-3c yang menunjukkan betapa pentingnya sumber daya desa digunakan untuk program digitalisasi ekonomi dan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia masyarakat desa.² Ketiga, Visi Asta Cita Presiden³ Prabowo periode 2025–2029 yang berfokus pada penguatan sains, teknologi, digitalisasi dan pembangunan desa untuk pemerataan ekonomi.⁴ Keempat, Visi Bupati Tegal Mewujudkan Kabupaten Tegal Menakjubkan 2045 dalam misi poin 2 yang menekankan perlu dilakukan Transformasi Ekonomi dengan pemanfaatan IPTEK. Kelima, Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro Pasal 36 Poin 1c yang menjadi payung hukum tingkat daerah untuk mendukung dan mengembangkan usaha kecil di Kabupaten Tegal dengan menggunakan teknologi informasi.⁵ Pelaksanakan program inovasi desa ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek yang berperan dalam proses identifikasi masalah, perencanaan tindakan, pelaksanaan, refleksi dan perbaikan berkelanjutan.⁶

Metode PAR ini meliputi: 1) Tahap Sosialisasi dan Edukasi Literasi Digital untuk meningkatkan pemahaman dan memberikan pengetahuan tentang platform *e-commerce shopee*. Mulai dari pengenalan, keunggulan, manfaat, dan fitur-fitur *shoppe*, serta alur kerja *shopee* mulai dari tahap buka toko, unggah produk, penjualan, pengemasan sampai pengiriman; 2) Tahap Praktik Langsung

¹ Teguh Setyobudi, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemerintahan Desa Menuju Kemandirian Sosial', *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10.3 (2025), 824–43.

² Maria Vianey Rae and others, 'Analisis Efektivitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Pembangunan Infrastruktur', *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Dan Sains*, 2.2 (2022), 346–63.

³ (2025)

⁴ Jamal Mukaddas and others, *Asta Cita Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Nasional* (Kamiya Jaya Aquatic, 2025).

⁵ Pemerintah Kabupaten Tegal, 'Peraturan Daerah Kabupaten Tegal Nomor 4 Tahun 2024 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Tahun 2025-2045' (Tegal, 2024), p. 15.

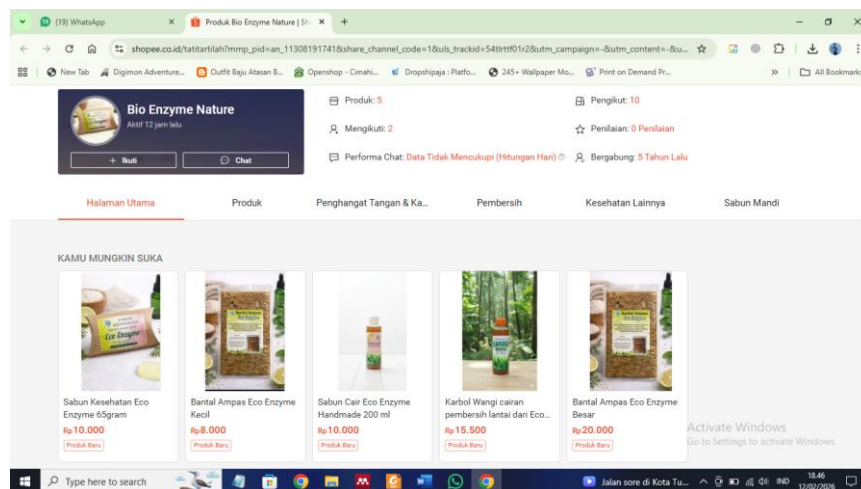
⁶ M Andreas Walid Anggelo and others, 'Analisis Keterampilan Pengerajin Untuk Meningkatkan Kualitas Produk UMKM Tenun Ikat Bandar Kidul Melalui Metode Par (Participatory Action Research)', *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4 (2025), 1555–61.

(Hands-on) melalui Pendekatan Dua Jalur (*Double Track Approach*). Fokus pendampingan ini adalah untuk membantu kader PKK dan Karangtaruna mengaktifkan toko mulai dari registrasi akun, verifikasi identitas dan pengaturan alamat pengiriman⁷; 3) Tahap Standarisasi Visual dan Optimasi *Digital Trust* yang bertujuan memberikan pengetahuan secara langsung tentang konten visual yang menarik dan konsisten.⁸ Hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan strategi digital branding dalam membangun identitas merek yang kuat untuk menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen (*digital trust*); 4) Tahap Simulasi Operasional, Penjualan dan Pengiriman dimana masing-masing rute baik PKK dan Karangtaruna didampingi melakukan simulasi Operasional, Penjualan dan Pengiriman; 5) Tahap Monitoring Berkelanjutan dan Evaluasi yang bertujuan untuk memastikan stabilitas program.⁹ Pemantauan terus dilakukan melalui Grup *WhatsApp* sebagai sarana konsultasi teknis responsif termasuk rencana kunjungan terbatas untuk menilai perkembangan toko secara fisik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Desa Karanganyar, terutama anggota kader PKK dan Karang Taruna memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi produktif sebelum inovasi ini. Meskipun kader PKK membuat produk inovatif seperti Eco-Enzyme dalam pemasarannya masih bersifat konvensional dari mulut ke mulut dan pemakaiannya hanya untuk konsumen Internal. Tim KKN berhasil membuat solusi digitalisasi yang tepat sasaran melalui tahap perencanaan yang matang dan pendampingan intensif.

Pada masa pendampingan oleh tim KKN diperoleh hasil nyata yaitu: 1) terbentuknya akun Shopee aktif yang telah terverifikasi dan termuat setidaknya tiga etalase produk dengan gambar dilengkapi dengan deskripsi sesuai dengan standar pemasaran digital; 2) Dapat membuat foto produk secara mandiri dengan pencahayaan dan komposisi yang layak jual; 3) Tercapainya minimal satu transaksi penjualan pertama atau "Pecah Telur"; 4) Terbentuknya Grup WhatsApp yang bertujuan melakukan pendampingan untuk memastikan program tetap berlanjut pasca-KKN.



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

⁷ Melia Putri and others, 'Merangkul Peluang Bisnis: Pelatihan Shopee Affiliate Untuk Pemberdayaan Masyarakat', *Jurnal Abdi Psikonomi*, 5.2 (2024), hlm.1-23.

⁸ Annisa Retno Utami and Euis Widiati, 'Efektivitas Digital Branding Melalui Platform E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Lokal', *Ikraith-Ekonomika*, 8.2 (2025), 294–303.

⁹ Ainin Bashiroh, Faizatus Sholikhah, and Ade Fitriyanti, 'Peningkatan Teknologi Digitalisasi Umkm Melalui Pelatihan Digital Marketing : Shopee Enhancing Msmes ' Digital Technology Through Digital Marketing Training : Shopee', 2.1 (2025), 612–24.



Gambar 2



Gambar 3



Gambar 4



Gambar 5

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

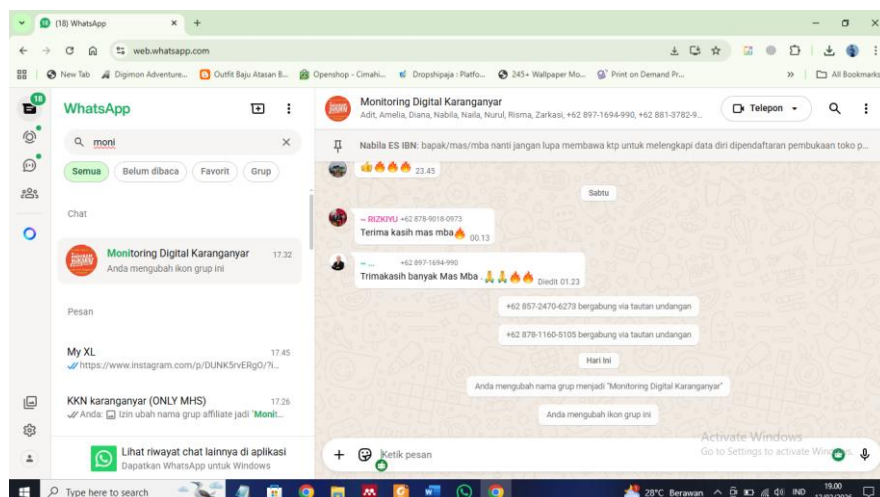


Gambar 6



Gambar 7

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



Gambar 8 Grup *Whatsapp* “Monitoring Digital Karanganyar” sebagai sarana pendampingan berkelanjutan

Berdasarkan capaian tersebut, disimpulkan bahwa program inovasi Pemanfaat *e-commerce shopee* ini sangat efektif dalam pemberdayaan PKK dan Karang Taruna Desa Karanganyar. *Pertama,*

Inovasi ini secara efektif meningkatkan literasi digital produktif masyarakat. Selama pendampingan KKN, kader PKK dan Karang Taruna dapat membuat toko digital pada *platform e-commerce shopee* (gambar 1). Kini mereka memiliki kemampuan untuk bekerja secara mandiri. Selain itu mereka dapat membuat deskripsi yang menarik dan standarisasi visual foto produk (gambar 2, gambar 3, gambar 4, dan gambar 5). Kedua, Organisasi PKK dan Karang Taruna Desa Karanganyar berhasil mengubah paradigma pemasaran konvensional ke digital melalui inovasi *e-commerce Shopee*. Hal ini dibuktikan dengan tercapainya target strategis “Pecah Telur” (gambar 6 dan gambar 7). Artinya selama masa pendampingan, terdapat toko digital yang melakukan transaksi penjualan riil pertama. Ketiga, program ini meningkatkan nilai produk lokal seperti *Eco-Enzyme* yang sebelumnya hanya digunakan untuk konsumsi internal, sekarang memiliki nilai jual kompetitif di pasar nasional. Hal ini dicapai melalui penguatan ekonomi sehingga tidak bergantung pada sistem upah industri yang ada saat ini.

Keberhasilan penjualan pertama atau “Pecah Telur” di toko digital yang dikelola kader PKK dan Karang Taruna menunjukkan bahwa sistem ini dapat berfungsi dan diterima baik. Dampak yang signifikan yaitu perlahan Desa Karanganyar berubah menjadi desa modern berkat penerapan inovasi ini. Produk lokal seperti sabun mandi *Eco-Enzyme* dan karbol sekarang memiliki daya jangkauan pasar yang lebih luas daripada hanya wilayah Kecamatan Dukuhuri secara ekonomi setelah dilakukannya branding dan optimalisasi visual, produk yang awalnya tidak memiliki nilai ekonomi, sekarang memiliki nilai jual kompetitif di platform digital. Warga juga dapat lebih percaya pada teknologi finansial sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Orang-orang yang dulunya skeptis terhadap belanja dan jualan *online* sekarang mengerti alur transaksi digital.

Keberlanjutan program ini pasti menemui hambatan yang harus siap dihadapi. Mulai dari hambatan internal seperti kendala teknis dan sinyal terkadang terhambat karena faktor geografis desa. Hambatan eksternal berupa persaingan pasar digital yang semakin tinggi menuntut pengelola akun lebih inovatif menampilkan produk lokal yang memiliki nilai jual karena ketatnya persaingan harga dengan toko-toko besar yang sudah memiliki reputasi baik di platform *e-commerce Shopee*. Dan untuk memastikan program inovasi ini tetap berjalan, dibuatlah grup WhatsApp “Monitoring Digital Karanganyar” sebagai sarana pendampingan keberlanjutan setelah masa KKN berakhir (gambar 8).

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yaitu pemanfaatan *e-commerce Shopee* bagi kader PKK dan Karang Taruna Desa Karanganyar berhasil mengubah sistem ekonomi konvensional menjadi kemandirian digital. Kegiatan ini bermula dari latar belakang pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal meskipun desa memiliki produk potensial seperti *Eco-Enzyme*. Program inovasi ini menerapkan metode Participatory Action Research (PAR) dengan beberapa langkah yaitu tahap sosialisasi, standarisasi visual produk, dan praktik langsung operasional toko digital yang terbukti meningkatkan kualitas dan kapasitas lokal untuk mengatasi tantangan ekonomi modern. Tercapainya transaksi “pecah telur” atau penjualan pertama, berhasil mengubah paradigma negatif masyarakat menjadi kepercayaan terhadap teknologi finansial. Secara keseluruhan, program ini telah memperluas pasar produk lokal, meskipun terdapat hambatan internal seperti ketidakstabilan jaringan internet dan hambatan eksternal seperti persaingan harga yang ketat dengan toko besar. Disimpulkan literasi digital yang produktif dapat menghasilkan kemandirian ekonomi sehingga orang-orang tidak lagi bergantung pada sistem upah industri. Pengelola akun *Shopee* di Desa Karanganyar harus berinovasi produk yang inovatif dan mempertahankan konsistensi branding untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Selain itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan melalui forum komunikasi digital pasca-program untuk membantu warga mengatasi kendala teknis operasional dan mendidik mereka tentang pembaruan fitur di masa mendatang.

REFERENSI

Anggelo, M Andreas Walid, Nabila Putri Lestari, Dwi Afifah Nurzahra, and Arthur Daniel Limantara, ‘Analisis Keterampilan Pengerajin Untuk Meningkatkan Kualitas Produk UMKM Tenun Ikat Bandar Kidul Melalui Metode Par (Participatory Action Research)’, *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4 (2025), 1555–61

- Bashiroh, Ainin, Faizatus Sholikhah, and Ade Fitriyanti, 'Peningkatan Teknologi Digitalisasi Umkm Melalui Pelatihan Digital Marketing : Shopee Enhancing Msmes ' Digital Technology Through Digital Marketing Training : Shopee', 2 (2025), 612–24
- Mukaddas, Jamal, Pertiwi Syarni, Religius Heryanto, Lukman Yunus, Anna Permatasari Kamarudin, Doddy Ismunandar Bahari, and others, *Asta Cita Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Nasional* (Kamiya Jaya Aquatic, 2025)
- Nasional, Kementerian Perencanaan Pembangunan, 'Ringkasan Pencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2025 - 2029' (Jakarta, 2025)
- Putri, Melia, Nabila Suci Fittria, Hesti Dyah Puspitasari, and Trian Gigih Kuncoro, 'Merangkul Peluang Bisnis: Pelatihan Shopee Affiliate Untuk Pemberdayaan Masyarakat', *Jurnal Abdi Psikonomi*, 5 (2024), hlm.1-23
- Rae, Maria Vianey, Maria Goreti Malut, Antonius Y W Timuneno, and S Akun, 'ANALISIS EFEKTIVITAS PENGELOLAAN DANA DESA DALAM PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR', *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Dan Sains*, 2 (2022), 346–63
- Setyobudi, Teguh, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemerintahan Desa Menuju Kemandirian Sosial', *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10 (2025), 824–43
- Tegal, Pemerintah Kabupaten, 'PERATURAN DAERAH KABUPATEN TEGAL NOMOR 4 TAHUN 2024 TENTANG RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA PANJANG DAERAH TAHUN 2025-2045' (Tegal, 2024), p. 15
- Utami, Annisa Retno, and Euis Widiati, 'Efektivitas Digital Branding Melalui Platform E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Lokal', *Ikraith-Ekonomika*, 8 (2025), 294–303