



## **Pemberdayaan Finansial Ibu-Ibu PKK Melalui Pemanfaatan Pemasaran Online**

**Khoirul Anam Dahlan**

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

**Alya Masitha**

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

**Julia Mega Reski**

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

**Nurul Huda**

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

**Deden Istiawan**

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka No.KM.1, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang,  
Jawa Tengah

*Korespondensi penulis:* [khoirul.anam@itesa.ac.id](mailto:khoirul.anam@itesa.ac.id) [alya.masitha@itesa.ac.id](mailto:alya.masitha@itesa.ac.id)

[Julia.mega@itesa.ac.id](mailto:Julia.mega@itesa.ac.id) [nurul.huda@itesa.ac.id](mailto:nurul.huda@itesa.ac.id) [deden.istiawan@itesa.ac.id](mailto:deden.istiawan@itesa.ac.id)

**Abstract.** This community service activity aimed to improve digital literacy and improve online marketing skills among Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) women of Kaligading Village on managed their home-based businesses. Training focused on the use of Electronic Commerce (e-commerce) application to expand the marketing reach Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) products. Implementation methods included preparation, execution, and evaluation stages. Presentations material hands on practice and mentored were conducted to guide participants in create and manage online stores, allow them to understand basic branding strategies. Results showed participants experienced an increase their understand of e-commerce concepts, operational skills on use digital platforms, and read the market of their products online. Participants were able to create online store accounts, uploaded product information, and applied digital promotion strategies which matched their product characteristics. Evaluation indicated training provided tangible benefits. Participants improved confidence on used digital tools to saw wider marketing opportunities without required significant costs. Overall, activity contributed to empower technology based UMKM and had sustainable potential to improved household income and support local economic development in Kaligading Village.

**Keywords:** Digital Literacy; E-Commerce Training; Economic Empowerment; Online Marketing; UMKM.

**Abstrak.** Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan literasi digital serta meningkatkan kemampuan pemasaran online bagi ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Kaligading dalam menjalankan usaha rumahan. Pelatihan diutamakan untuk pemanfaatan *Electronic Commerce (e-commerce)* sebagai sarana memperluas jangkauan pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tahapan pelaksanaan mencakup tahap persiapan, implementasi, serta evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat. Pemaparan materi, praktik langsung, dan pendampingan dilakukan dalam rangka pembuatan dan pengelolaan toko online agar peserta mengetahui strategi *branding* secara sederhana. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa para peserta mengalami peningkatan wawasan terkait konsep *e-commerce*, keterampilan operasional dalam menggunakan platform digital, serta kesiapan untuk memasarkan produk secara online. Peserta mampu membuat akun toko online, mengunggah produk, serta mempraktikkan strategi promosi digital yang sesuai

dengan karakteristik produk. Evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan memberikan manfaat nyata. Keberhasilan peningkatan rasa percaya diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital membuka peluang pemasaran yang lebih luas tanpa memerlukan biaya besar. Secara keseluruhan, kegiatan berdampak dalam pemberdayaan UMKM berbasis teknologi dan berpotensi berkelanjutan terhadap peningkatan ekonomi keluarga serta perkembangan ekonomi lokal Desa Kaligading.

**Kata Kunci:** *Literasi Digital; Pelatihan E-Commerce; Pemasaran Online; Pemberdayaan Ekonomi; UMKM;*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan komunikasi telah membawa pengaruh besar pada berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang ekonomi dan bisnis. Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut adalah hadirnya *Electronic Commerce (e-commerce)* atau melalui perdagangan elektronik yang memfasilitasi proses jual beli secara daring melalui internet (Zakaria et al., 2024), (Sari, 2024), (Baidlowi & Subroto, 2024). Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut adalah munculnya *e-commerce*, yaitu bentuk perdagangan berbasis elektronik yang memungkinkan aktivitas jual beli dilakukan secara online melalui jaringan internet. (Jain et al., 2021), (Lesmana, 2025). Pemanfaatan *e-commerce* tidak hanya memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memperluas jangkauan konsumen, tetapi juga meningkatkan efisiensi serta menurunkan biaya operasional melalui otomatisasi dan digitalisasi proses bisnis (Traver, n.d.) (Dalam & Efisiensi, 2025), (Polgan et al., 2023), (Taher, 2021). Selain itu, *e-commerce* berperan penting dalam memperkuat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional maupun internasional melalui pemanfaatan teknologi digital memungkinkan promosi, distribusi, dan integrasi layanan yang lebih cepat dan terukur (Lestari et al., 2024), (Meliyah et al., n.d.), (Saputra et al., 2024), (Talafha, 2024).

Dalam konteks masyarakat Indonesia, *e-commerce* menjadi instrumen yang berperan penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi digital, karena mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan aktivitas perdagangan secara daring. Berdasarkan data Kominfo (2023), nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun dan bahkan diprediksi mencapai lebih dari Rp600 triliun pada tahun 2024. Kelompok perempuan, khususnya ibu rumah tangga yang tergabung dalam Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), sering menghadapi hambatan dalam mengakses dan mengoptimalkan teknologi digital untuk kegiatan ekonomi (Setyorini, 2020). Padahal, kelompok PKK memiliki potensi besar dalam mendukung ekonomi keluarga melalui berbagai kegiatan produktif seperti usaha kuliner rumahan, kerajinan tangan, serta pengembangan produk lokal khas daerah.

Sayangnya, sebagian besar anggota PKK masih mengandalkan sistem pemasaran konvensional yang terbatas pada wilayah sekitar, sehingga potensi ekonomi yang dimiliki belum berkembang secara optimal (Mikro et al., 2024). Rendahnya literasi digital, kurangnya keterampilan dalam menggunakan platform *e-commerce*, serta minimnya kepercayaan diri dalam mengelola usaha secara daring menjadi hambatan utama yang perlu diatasi (Susilowati et al., 2025). Kondisi ini juga dialami oleh kelompok Ibu-Ibu PKK Kaligading, yang meskipun memiliki produk unggulan lokal, belum mampu memperluas jangkauan pemasaran mereka secara digital. Berdasarkan permasalahan tersebut, Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) kegiatan ini ditujukan untuk meningkatkan pemberdayaan bagi Ibu-Ibu PKK Kaligading melalui peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital.

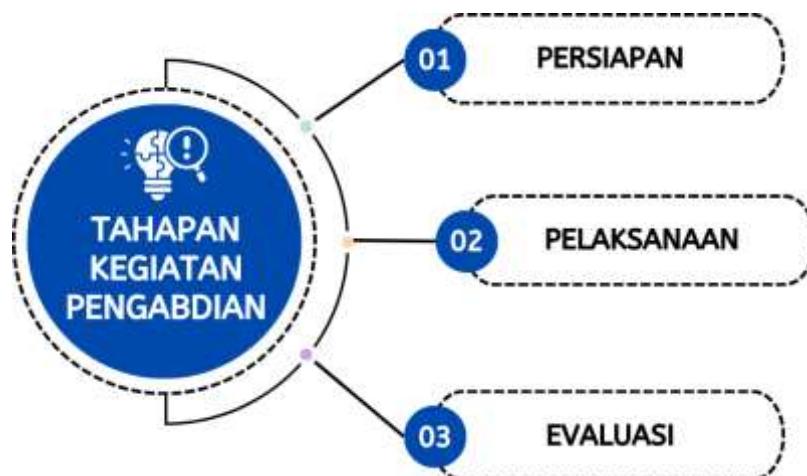
Bagi Ibu-Ibu PKK Kaligading, kegiatan ini memberikan peningkatan pengetahuan dan kepercayaan diri dalam mengelola usaha secara daring, memperluas jaringan pemasaran, serta membuka peluang peningkatan pendapatan keluarga. Bagi masyarakat sekitar, kegiatan ini dapat mendorong tumbuhnya aktivitas ekonomi lokal berbasis digital, memperkuat jejaring komunitas usaha kecil, dan menciptakan lingkungan yang mendukung ekonomi kreatif. Sementara itu, bagi perguruan tinggi, program ini menjadi wujud nyata pelaksanaan tridharma, khususnya dalam

merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan sosial. Dengan demikian, kegiatan PKM ini diharapkan mampu mendorong transformasi ekonomi berbasis digital di tingkat komunitas, sekaligus memperkuat peran perempuan dalam pembangunan ekonomi yang bersifat inklusif serta berkelanjutan.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Balai Desa Kaligading, Kecamatan Boja, Kabupaten Kendal, pada Kamis, 21 Agustus 2025. Pesertanya merupakan ibu-ibu PKK yang telah terlibat dalam berbagai usaha rumahan, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan produk kebutuhan sehari-hari. Program ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya *e-commerce*, sebagai media untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka.

Metode yang digunakan adalah metode pelatihan dengan memberikan materi mengenai konsep dasar *e-commerce*, potensi pasar digital, serta strategi pemasaran produk melalui platform toko online. Selain penyampaian materi, dilakukan juga praktik langsung terkait cara membuat, mengelola, dan mempromosikan toko online agar peserta mampu memahami alur penjualan secara digital. Pendampingan ini tidak hanya terbatas pada penggunaan komputer, tetapi juga difokuskan pada pemanfaatan telepon genggam (*smartphone*) yang lebih mudah dijangkau serta diterapkan dalam aktivitas sehari-hari. Melalui pelatihan ini, diharapkan para ibu PKK Kaligading dapat memaksimalkan peluang ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pendapatan keluarga dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Gambar 1 merupakan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat meliputi tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim pelaksana melakukan survei awal untuk memahami kondisi lapangan serta karakteristik peserta yang menjadi sasaran program, yaitu ibu-ibu PKK di Kaligading yang telah memiliki usaha rumahan maupun sedang merintis usaha kecil. Survei ini juga bertujuan untuk menganalisis kebutuhan pelatihan, mencakup pemahaman peserta terhadap teknologi digital dan kemampuan mereka dalam memanfaatkan perangkat yang dimiliki, seperti telepon genggam atau komputer. Setelah memperoleh gambaran kondisi peserta, tim menyusun rencana pelatihan secara terarah dengan menetapkan materi yang sesuai kebutuhan, terutama terkait pemanfaatan *e-commerce* untuk memperluas pemasaran produk. Tim juga menyiapkan sarana pendukung dan materi pembelajaran, dalam bentuk powerpoint, maupun contoh aplikasi yang mudah digunakan oleh peserta.

Tahap selanjutnya adalah tahap pelaksanaan kegiatan, yang dilakukan melalui metode pelatihan dan pendampingan langsung di Balai Desa Kaligading. Pada tahap ini, tim memberikan

pemaparan materi mengenai konsep dasar *e-commerce*, manfaat pemasaran digital, serta peluang bisnis online yang dapat mendukung peningkatan pendapatan keluarga. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman secara teori, tetapi juga diajak untuk melakukan praktik langsung dalam penggunaan platform toko online secara bertahap, mulai dari proses pembuatan akun, pengunggahan produk beserta deskripsinya, hingga strategi promosi yang efektif melalui media digital. Tim juga memastikan setiap peserta dapat mengikuti proses dengan baik, khususnya kepada peserta yang masih kesulitan dalam mengoperasikan perangkat. Pendampingan dilakukan agar keterampilan yang diperoleh dapat langsung diaplikasikan pada usaha masing-masing. Selain itu, tim memberikan contoh strategi *branding* sederhana yang dapat diterapkan oleh ibu-ibu PKK agar produk mereka memiliki daya tarik di pasar digital.

Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi, dilakukan setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan angket dan melakukan diskusi singkat kepada peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan serta kemampuan dalam mengoperasikan platform toko online. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan antusiasme peserta dalam mencoba memasarkan produk mereka melalui media digital. Masukan dan saran dari peserta juga dihimpun sebagai bahan perbaikan untuk pengembangan program serupa di masa mendatang. Secara keseluruhan, tahapan pelaksanaan ini memberikan gambaran bahwa pelatihan *e-commerce* mampu menjadi salah satu strategi efektif dalam memberdayakan ekonomi ibu-ibu PKK, sehingga diharapkan dapat memberikan dampak berkelanjutan terhadap peningkatan pendapatan keluarga dan pertumbuhan ekonomi masyarakat Kaligading.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Balai Desa Kaligading telah berlangsung dengan baik dan memperoleh tanggapan positif dari para peserta. Ibu-ibu PKK yang memiliki usaha rumahan maupun merintis usaha kecil sangat antusias dengan kegiatan ini.



Gambar 2. Kehadiran Ibu-ibu PKK

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan *e-commerce* bagi ibu-ibu PKK Kaligading memberikan efek yang konstruktif terhadap peningkatan pengetahuan, kemampuan, serta kesiapan peserta dalam memasarkan produk secara digital. Berdasarkan proses pendampingan, peserta yang semula belum memahami konsep dasar perdagangan elektronik mulai mampu mengidentifikasi peluang pemasaran online. Peserta juga dapat menilai manfaat penggunaan platform digital bagi usaha rumahan yang mereka jalankan. Pemahaman ini menjadi

dasar penting untuk menjawab permasalahan utama penelitian, yaitu rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM di lingkungan PKK Kaligading.



**Gambar 3.** Pemaparan Materi Mengenai Konsep Dasar *E-commerce*

Pelaksanaan praktik memberikan hasil yang signifikan. Peserta dapat membuat akun toko online, mengunggah produk lengkap dengan foto dan deskripsinya, serta memahami alur transaksi digital. Kemampuan pemasaran menunjukkan hambatan penggunaan teknologi berkaitan dengan keterampilan operasional perangkat dapat diatasi melalui pendekatan pelatihan berbasis praktik. Peserta mampu mengatur etalase digital secara mandiri setelah mendapatkan pendampingan. Paparan materi memberikan solusi terhadap permasalahan keterbatasan literasi digital melalui peningkatan keterampilan teknis.

Peningkatan kemampuan operasional dan perubahan sikap terhadap pemanfaatan teknologi digital dihasilkan dari kegiatan. Ibu-ibu PKK mulai memahami pentingnya kualitas foto produk, konsistensi unggahan promosi, dan strategi *branding* sederhana untuk meningkatkan daya tarik produk. Pembaharuan strategi pemasaran dapat memberikan jawaban atas permasalahan kurangnya strategi pemasaran yang sebelumnya menjadi kendala utama usaha rumahan di desa Kaligading. Pemahaman teknik *branding* dasar dapat memaksimalkan fitur promosi pada platform *e-commerce*. Peserta kini memiliki bekal agar dapat meningkatkan daya saing produk.

Pada akhir sesi pengabdian kepada masyarakat, tim pelaksana membagikan kuesioner evaluasi kepada para Peserta. Kuesioner tersebut dimanfaatkan sebagai dasar untuk menilai pelaksanaan kegiatan. Isi evaluasi mencakup sejumlah pertanyaan berupa ketertarikan peserta terhadap materi, praktik langsung dan pendampingan dari team pengabdian masyarakat. Gambar 4 menggambarkan tingkat kepuasan peserta terhadap penyampaian materi oleh narasumber. Sebanyak 75% peserta menilai materi sangat menarik, 20% menganggapnya cukup menarik, dan 5% merasa penyampaian materi kurang menarik.



**Gambar 4.** Penyampaian Materi

Selanjutnya, Gambar 5 menunjukkan seberapa besar manfaat dari praktik yang diberikan. Sebanyak 80% peserta menilai praktik tersebut sangat menarik, 15% menganggap cukup menarik, dan 5% menilai kurang menarik. Praktik yang disampaikan dinilai bermanfaat dalam memperluas wawasan ibu-ibu PKK mengenai e-commerce.



**Gambar 5.** Pelaksanaan praktik

Terakhir, Gambar 6 menunjukkan tingkat ketertarikan peserta terhadap Pendampingan Praktikum yang diberikan oleh tim Pengabdian Masyarakat. Sebanyak 90% peserta menilai pendampingan tersebut sangat menarik, 5% menyatakan cukup menarik, dan 5% lainnya menilai tidak menarik. Pendampingan tersebut dinilai sangat membantu oleh sebagian besar peserta, sementara sebagian kecil menganggapnya kurang bermanfaat.



**Gambar 6.** Pendampingan Praktik

Hasil evaluasi melalui angket dan diskusi menunjukkan Sebagian besar peserta mendapatkan manfaat nyata dari pelatihan. Peserta menyampaikan bahwa penggunaan *e-commerce* memberikan peluang memperluas jangkauan pasar tanpa membutuhkan biaya besar. Peserta merasa lebih percaya diri dalam mempromosikan produk secara digital. Pemahaman langkah-langkah teknis yang strategis membantu pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk. Temuan ini mengonfirmasi bahwa pelatihan berbasis pendampingan langsung dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital pada UMKM berbasis rumah tangga. Setelah survei mengenai ketertarikan pemberdayaan masyarakat bagi ibu-ibu PKK selesai dilakukan, kegiatan ditutup dengan sesi foto bersama antara tim pelaksana pengabdian masyarakat dari Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Semarang dan ibu-ibu PKK Kaligading.



**Gambar 7.** Foto Bersama Ibu PKK Kelurahan Kaligading

## 2. Pembahasan

Secara keseluruhan hasil pembahasan menunjukkan pelatihan *e-commerce* mampu menjadi salah satu strategi pemberdayaan ekonomi yang relevan dan tepat sasaran. Kegiatan pemberdayaan tidak hanya menjawab permasalahan rendahnya literasi digital, tetapi juga mendorong tumbuhnya motivasi berwirausaha secara mandiri. Dampak yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan dapat berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi lokal melalui penguatan potensi UMKM di Desa Kaligading. Jika program serupa dilakukan

secara berkelanjutan, maka pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi digital dapat memberikan perubahan signifikan bagi sektor ekonomi desa.

## KESIMPULAN

Pelatihan pemanfaatan *e-commerce* disambut ibu-ibu PKK Desa Kaligading dengan antusias. Paparan materi mampu memberikan solusi terhadap permasalahan rendahnya literasi digital dan terbatasnya strategi pemasaran produk UMKM. Pelatihan secara langsung meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep perdagangan elektronik. Peserta mendapatkan keterampilan operasional membuat dan mengelola toko online, mampu menerapkan strategi promosi dan *branding* berdasarkan karakteristik produk. Hasil kegiatan mengindikasikan bahwa peserta menjadi lebih siap, percaya diri. Harapannya peserta mampu memasarkan produk secara digital sehingga pemanfaatan teknologi dapat memperluas jangkauan pasar dan mendukung peningkatan pendapatan keluarga serta perkembangan ekonomi lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baidlowi, I., & Subroto, W. T. (2024). *The Effect of E-Commerce on Economics Growth in Indonesia : Literature Review Approach*. 3(8), 496–504.  
<https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V3I8P159>
- Dalam, P. E., & Efisiensi, M. (2025). *PRODUKTIVITAS BISNIS DI ERA DIGITAL THE ROLE OF E-COMMERCE IN IMPROVING BUSINESS EFFICIENCY*. April, 7049–7054.
- Jain, V., Malviya, B., & Arya, S. (2021). *An Overview of Electronic Commerce ( e-Commerce )*. 27(3). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.090>
- Lesmana, M. A. (2025). *The impact of e-commerce platform usage on the economic benefits of SMEs in Indonesia during the pandemic*. 5.
- Lestari, W. I., Budi, S., & Nurbaiti, F. S. (2024). *Peran E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Bisnis pada UMKM*. 3, 319–330.
- Meliyah, N., Rayhan, H., & Khair, O. (n.d.). *Pemanfaatan E-Commerce oleh UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal*. 223–230.
- Mikro, U., Umkm, M., Punggur, K., & Tengah, K. L. (2024). *Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Desain Canva Untuk*. 4.
- Polgan, J. M., Afiat, M. N., Rijal, S., Halu, U., & Negeri, U. (2023). *Analysis of the Use of E-commerce in Improving Entrepreneurial Business Competitiveness*. 12, 468–479.
- Saputra, M., Sofyan, S. N., Aulia, A., & Ernawati, A. (2024). *Implementation of E-Commerce System as SME Development Strategy in the Digital Era*. 5(3), 2–9.  
<https://doi.org/10.47065/bit.v5i2.1545>
- Sari, V. K. (2024). *Dampak E-commerce Terhadap Perkembangan Digital*. 1(4), 18–24.
- Setyorini, A. (2020). *Aksiologi Aksiologi* : 231–240.
- Susilowati, T., Mustafa, F., Hendratni, T. W., & Santosa, M. H. (2025). *Pelatihan Dan Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kapasitas Umkm Menuju Pasar Internasional*. 4(1), 2554–2558.
- Taher, G. (2021). *E-Commerce : Advantages and Limitations E-Commerce : Advantages and Limitations*. 1(4), 153–166. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS>
- Talafha, T. (2024). *RESEARCH IN ENGINEERING MANAGEMENT AND SCIENCE ( IJPREMS ) ASSESSING THE ECONOMIC BENEFITS OF E- COMMERCE ADOPTION FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ( SMES )*.
- Traver, C. G. (n.d.). *E - commerce*.
- Zakaria, J., Ekonomi, D., Universitas, P., Indonesia, M., Makassar, K., & Selatan, S. (2024). *PERAN E-COMMERCE DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI*. 10(1), 142–158.