Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat
Volume 4, Nomor 3, September 2026
E-ISSN .: 3021-8748; P-ISSN.: 3024-837X, Hal. 311-322
DOI: https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v4i3.3028
Tersedia: https://journal.arimbi.or.id/index.php/Kegiatanpositif

Digitalisasi UMKM melalui Pelatihan *E-Commerce* Menuju Ekonomi Digital Desa Kalirejo, Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik

Digitalization of MSMEs through E-Commerce Training: Toward a Digital Economy Kalirejo Village, Dukun District, Gresik Regency

Linda Fajarwati[1*], Kendid Mahmudi[2], Tiara[3], Irliana Faiqotul Himmah[4] Nuriman[5], Sukidin[6]
[1-6]Universitas Jember, Indonesia
Email: linda.fkip@unej.ac.id[1], kendidmahmudi.fkip@unej.ac.id[2], tiara@unej.ac.id[3], irli.fkip@unej.ac.id[4], nuriman.fkip@unej.ac.id[5], sukidin.fkip@unej.ac.id[6]
**Penulis Korespondensi: linda.fkip@unej.ac.id*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 25 Juli 2026;
Revisi: 13 Agustus 2026;
Diterima: 20 September 2026;
Terbit: 30 September 2026.

Keywords: *Digital Economy; Digital Literacy; Digitalization of UMKM; E-Commerce; Industrial Sector Community.*

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a fundamental role in supporting the economies of rural communities; they not only serve as a source of income for their owners but also contribute to the well-being of the surrounding population. In today's digital era, all activities including those of MSMEs are increasingly expected to be conducted digitally. Digital tools are essential for MSMEs to facilitate marketing, sales, and transactions. Consequently, a lack of digital proficiency can hinder an MSME's sales growth, especially when faced with competition from online sellers. This community service initiative aims to shift the mindset of MSME owners from a traditional approach to a modern one by strengthening their digital skills for use in contemporary sales channels. This includes enhancing digital literacy through e-commerce training, developing online sales platforms or features, and creating digital-based business models all of which help open up broader and more efficient market access. The outcome of this community service initiative includes a shift in mindset and the digitalization of MSMEs, preparing them for the digital economy.*

Abstrak

Keberadaan UMKM memberikan kontribusi sangat mendasar dalam menopang perekonomian masyarakat desa karena tidak hanya mampu menjadi sumber pendapatan bagi pemilik UMKM, tetapi juga dapat membantu kesejahteraan bagi masyarakat sekitar. Era digital saat ini, menuntut semua aktivitas dilaksanakan berbasis digital, tidak lain halnya juga UMKM. Penggunaan digital bagi UMKM sangat diperlukan baik untuk mendukung pemasaran, penjualan dan transaksi. Sehingga kondisi rendahnya kemampuan digital bagi pelaku UMKM dapat menjadi penghambat laju penjualan karena menimbulkan persaingan dengan penjual online. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengubah pola pikir pelaku UMKM dari pola pikir tradisional menuju pola pikir modern dengan cara memperkuat keterampilan dalam penggunaan digital sebagai media penjualan modern, diantaranya dengan meningkatkan kemampuan digital melalui pelatihan *e-commerce*, mengembangkan media atau vitur penjualan *online*, serta pengembangan model bisnis berbasis digital sehingga mampu membuka akses pasar yang lebih luas dan efisien. Hasil dari kegiatan pengabdian adanya perubahan pola pikir dan mendigitalisasi UMKM untk bersiap menuju ekonomi digital.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM*; E-Commerce;* Ekonomi Digital; Literasi Digital; Masyarakat Kelompok Industri.

1. PENDAHULUAN

Salah satu kota besar di Jawa Timur adalah kota industri Gresik, dikenalnya Kabupaten Gresik dengan istilah kota industri karena banyak pabrik atau perusahaan berdiri di Kabupaten ini, begitupun juga UMKM banyak berkembang di daerah ini. Menurut data BPS Tahun 2023, bahwa dua urutan teratas bidang pekerjaan penduduk Kabupaten Gresik adalah berusaha dan

buruh/karyawan/pegawai.

Uraian *Description*	2023	
	Laki-Laki *Male*	Perempuan *Female*
Berusaha *'Own Account Worker*	29,42	33,36
Buruh/Karyawan/pegawai *Employee*	54,15	39,18
Pekerja Bebas *Casual Employee*	12,58	7,80
Pekerja Keluarga/Pekerja Tidak Dibayar *Unpaid Worker*	3,85	19,65
Jumlah	100,00	100,00

Sumber: BPS-Survei Angkatan Kerja Nasional

Gambar 1. Data Pekerjaan Penduduk Kabupaten Gresik.

Dari data di atas menyiratkan bahwa pekerjaan yang banyak digeluti masyarakat Gresik adalah di sektor perdagangan baik skala kecil ataupun besar dan pekerjaan dengan jumlah terbesar adalah sebagai buruh/karyawan/pegawai. Kabupaten Gresik memiliki luas sekitar 1.194 km². Wilayah Kabupaten Gresik juga mencakup Pulau Bawean, yang berada 150 km lepas Laut Jawa. Pada tahun 2023, penduduk kabupaten Gresik berjumlah 1.311.215 jiwa dengan kepadatan 1.098 jiwa/km2. Kabupaten Gresik berbatasan dengan Kota Surabaya dan Selat Madura di sebelah timur, Kabupaten Lamongan di sebelah barat, Laut Jawa di sebelah utara, serta Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Mojokerto di sebelah selatan. Gresik dikenal sebagai daerah tempat berdirinya Pabrik Semen pertama dan perusahaan semen terbesar di Indonesia, yaitu Semen Gresik. Pabrik Peleburan dan Pemurnian Tambang (smelter) terbesar di dunia milik PT Freeport Indonesia juga berada di Gresik. Bersama dengan Sidoarjo, Gresik merupakan salah satu penyangga utama Kota Surabaya, dan termasuk dalam kawasan Gerbang kertosusila. Itulah beberapa hal yang menyebabkan Gresik disebut sebagai Kota Industri.

Kabupaten Gresik terdiri dari 18 kecamatan, 26 kelurahan, dan 330 desa, salah satunya adalah Desa Kalirejo. Desa Kalirejo adalah satu desa diantara 26 Desa yang ada di wilayah Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik. Desa yang di aliri sungai bengawan solo ini merupakan Desa yang masuk di Ibu Kota Kecamatan Dukun dengan jarak kurang lebih 2 km dari kantor kecamatan Dukun. Menurut sejarahnya, cikal bakal desa Kalirejo bermula dari perkembangan masyarakat yang tinggal di sekitar desa dan kebanyakan di desa ini dulunya berjajar sungai-sungai/ kali-kali yang aliran airnya tidak bisa menyatu antara sungai/kali yang satu dengan yang lainnya dan ada salah satu diantara sungai/kali tersebut yang dulunya oleh warga sekitar di katakan keramat sehingga di percaya dengan mandi atau meminum air di sungai/kali tersebut segala macam jenis penyakit bisa sembuh, dari situlah awal orang menamai desa ini kalirejo yang sering oleh orang salah kaprah menyebut dengan kalimati padahal kalimati adalah bagian dari dusun-dusun yang ada di kalirejo.

Desa Kalirejo terdiri dari 4 (Empat) Dusun yaitu Dusun Gedong atau disebut juga Tambangan, Dusun Ngulek, Dusun Kalimati Kulon, dan Dusun Kalimati Wetan dengan batas wilayah: sebelah utara berbatasan dengan Desa Sambo Gunung dan Sembungan Kidul Kecamatan Dukun; sebelah timur berbatasan dengan Desa Sembungan Kidul, Dukunanya Kecamatan Dukun, Desa Karangbinangun Kecamatan Karangbinangun; sebelah selatan berbatasan dengan Desa Karangbinangun dan Bogobabadan Kecamatan Karangbinangun; sebelah barat berbatasan dengan Desa Babaksari Kecamatan Dukun dan Bogobabadan Kecamatan Karangbinangun.

Adapun menurut data mata pencaharian penduduk desa Kalirejo sebagai berikut: Perangkat Desa sebanyak 11 Jiwa, PNS-Pensiunan-TNI/Polri sebanyak 23 Jiwa, Petani sebanyak 8 Jiwa, Guru Non PNS sebanyak 63 Jiwa, Buruh sebanyak 81 Jiwa, Karyawan sebanyak 57 Jiwa, Tenaga Tukang sebanyak 11 Jiwa, Pedagang sebanyak 135 Jiwa, dan Lainnya sebanyak 231 Jiwa.

Berdasarkan data mata pencaharian penduduk diatas, sebagian besar penduduk desa Kalirejo adalah sebagai pedagang dan wiraswasta. Salah satu kelebihan yang dimiliki oleh desa Kalirejo adalah adanya beberapa Produk Unggulan yang dihasilkan oleh UMKM/IRT. Diantara produk unggulan tersebut adalah Otak Otak Bandeng, Bandeng Presto, Bakery & Donat, Pudak, Jamu, Keripik, Bonggolan, Konfeksi, Coklat Karakter, serta Minuman Sari Kedelai dan Sari Bunga Talang.

Berikut beberapa contoh produk UMKM/IRT unggulan di Desa Kalirejo Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik:



Gambar 2. Produk Unggulan Desa Kalirejo.

Keberadaan UMKM ini sudah cukup lama dan menjadi penopang kehidupan masyarakat desa Kalirejo karena tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi pemilik UMKM saja.

Melainkan keberadaan UMKM tersebut juga memberi dampak lowongan pekerjaan bagi masyarakat sekitar (Paramawati et al., 2026).

Kenyataan yang muncul di era saat ini, ada dua permasalahan yang dialami mitra yaitu: 1) menurunya angka penjualan akibat persaingan dengan pasar *online*, 2) rendahnya kompetensi mitra dalam literasi digital (Alyssa et al., 2024). Permasalahan tersebut menyebabkan keberadaan UMKM meredup ditambah kurangnya inovasi dan penggunaan digital baik dalam unsur pemasaran, penjualan dan transaksi (Sakban et al., 2026). Salah satu kelemahan pelaku UMKM adalah belum semuanya memiliki kemampuan digital atau melek literasi digital. Mereka masih saja terpaku pada perdagangan tradisional. Sebaliknya sebenarnya peluang menjemput bola sangat besar karena pasar *online* saat ini semakin merebak (Natsir & Sapa, 2026). Jika permasalahan yang dialami oleh UMKM tidak diberikan solusi, akan menjadi penyebab UMKM gulung tikar kalah saing dengan pasar online yang memiliki kemudahan dalam bertransaksi. Atas dasar hal diatas, salah satu upaya mengembalikan eksistensi UMKM di Desa Kalirejo Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik adalah melalui pelatihan *e-commerce*, harapanya pelatihan tersebut dapat mendigitalisasi UMKM dan mempersiapkan diri menuju ekonomi digital.

Atas dasar latar belakang diatas, maka tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan e-commerce untuk meningkatkan keterampilan dalam mendigitalisasikan UMKM; meningkatkan potensi melek literasi digital pelaku UMKM dalam upaya mempersiapkan diri menuju ekonomi digital; dan meningkatkan eksistensi UMKM Desa Kalirejo Kabupaten Gresik.

2. METODE

Alur pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat ini terangkum pada diagram berikut:



Gambar 3. Diagram Alur Pengabdian.

Sumber: Diadopsi dari problem solving model

Diagram diatas dapat dijelaskan bahwa Program Pengabdian kepada Masyarakat berangkat dari suatu permasalahan yang dialami oleh mitra yaitu desa Kalirejo kecamatan Dukun kabupaten Gresik. Pada tahapan analisis situasi didapatkan beberapa permasalahan yaitu adanya sekelompok pelaku UMKM yang rendah dalam literasi digital, kondisi tersebut menyebabkan merosotnya angka penjualan karena di era digital seperti saat ini persaingan dengan penjual online luar biasa sangat hebat, hal ini juga disebabkan oleh pola pikir pelaku UMKM di desa Kalirejo kecamatan Dukun kabupaten Gresik yang masih menggunakan pola pikir tradisional. Maka sangat diperlukan upaya mengubah pola pikir para pelaku UMKM untuk bergeser dari pola pikir tradisional menuju pola mikir modern dan memperkuat keterampilan dalam penggunaan digital sebagai media penjualan tradisional menuju penjualan modern (Miftah Dewi et al., 2026).

Salah satunya dengan meningkatkan kapasitas digital UMKM melalui pelatihan *e-commerce* dan mengembangkan media atau vitur penjualan *online*, serta pengembangan model bisnis berbasis digital untuk UMKM dengan membuka akses pasar yang lebih luas dan efisien melalui *website.* Pengembangan website sebagai media informasi diperlukan untuk memasarkan produk sehingga akses pemasaran menjadi lebih luas. Bentuk tindak lanjutnya pelaku UMKM akan mendapat pendampingan dari tim lapangan dalam mengukur konsistensi penggunaan vitur-vitur jual beli *online*. Mendigitalisasi UMKM tentu juga memerlukan peran mitra yaitu desa Kalirejo kecamatan Dukun kabupaten Gresik yang digerakkan oleh perangkat desa dan paguyuban UMKM antara lain sebagai berikut;

Fasilitator dan Koordinator Program

Desa bertindak sebagai fasilitator dalam penyelenggaraan program ini dengan menjalin komunikasi antara berbagai pihak, seperti pemilik UMKM, lembaga pendidikan, instansi pemerintah, dan mitra lainnya. Desa juga bisa berperan sebagai koordinator yang mengatur jadwal pelatihan, mengundang peserta, memastikan pelatihan berjalan lancar, menyediakan fasilitas tempat yang memadai untuk pelatihan dan pertemuan.

Pemberi Dukungan Sosial dan Motivasi

Sebagai komunitas yang dekat dengan masyarakat, desa memiliki pengaruh yang besar dalam memberi dukungan sosial kepada para pelaku UMKM untuk berpartisipasi dalam program digitalisasi. Desa dapat mengajak pemilik UMKM yang mungkin merasa ragu atau tidak percaya diri untuk beralih ke sistem *e-commerce* dengan memberikan motivasi dan sosialisasi yang tepat.

Penyedia Akses Infrastruktur dan Fasilitas

Salah satu tantangan yang sering dihadapi UMKM di desa adalah keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi yang memadai, seperti jaringan internet yang stabil. Desa dapat berperan dalam menyediakan fasilitas yang mendukung kegiatan pelatihan dan implementasi *e-commerce*, seperti penyediaan Wi-Fi atau tempat-tempat yang memiliki akses internet yang memadai.

Pemantau dan Evaluator Program

Desa bertindak sebagai pihak yang melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap implementasi pelatihan *e-commerce*. Dengan melibatkan aparat desa atau tokoh masyarakat dalam proses ini, desa membantu memastikan bahwa pelaku UMKM dapat mengaplikasikan keterampilan yang mereka pelajari selama pelatihan dan tindak lanjut pasca pelatihan.

Pemberdayaan Ekonomi Desa

Program ini mendukung pemberdayaan ekonomi di desa, yang merupakan salah satu tujuan utama desa dalam pengembangan masyarakat. Dengan membantu UMKM beralih ke *e-commerce*, desa tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM tetapi juga berkontribusi pada perekonomian digital yang lebih inklusif di tingkat lokal.

Pembangun Jaringan Kolaborasi

Desa berperan dalam membangun jaringan antara UMKM desa dengan pihak luar, seperti pengusaha lokal, konsultan bisnis, serta lembaga atau pemerintah yang mendukung perkembangan teknologi dan ekonomi digital. Jaringan ini akan memungkinkan UMKM untuk bertukar informasi, memperluas pasar, dan memperoleh sumber daya tambahan yang dapat membantu mereka tumbuh.

Pemberi Rekomendasi Kebijakan

Desa juga bisa berperan dalam memberikan masukan atau rekomendasi kebijakan kepada pemerintah kabupaten atau provinsi terkait pengembangan UMKM dan digitalisasi. Sebagai lembaga yang berhubungan langsung dengan masyarakat, desa bisa menyuarakan kebutuhan UMKM di tingkat lebih tinggi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini didasarkan atas penelitian sebelumnya pada tahun 2026 yang bertema *Non-Formal Education as Community Empowerment in the Digital Era: A Case Study of the Digital Literacy Program for the Kalirejo Village Community, Gresik Regency* (2026). Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk menjawab

permasalahan mitra, khususnya keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran dan penjualan. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional melalui pasar tradisional. Kondisi tersebut menyebabkan UMKM mengalami kesulitan dalam memperluas jangkauan pasar serta menghadapi persaingan dengan pelaku usaha yang telah memanfaatkan *marketplace*.

Pelatihan *e-commerce* dilaksanakan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat dengan menanamkan pemahaman konseptual mengenai transformasi digital, strategi pemasaran melalui media *online*, pengenalan *platform e-commerce*, pengelolaan informasi produk, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas akses pasar. Kegiatan ini sejalan dengan tujuan program pengabdian yaitu meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam meningkatkan literasi digital dan mendigitalisasi usaha menuju ekonomi digital. Adapun langkah-langkah dalam kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan antara lain:

Forum Group Discussion

Tahap FGD ini dibagi menjadi beberapa tahapan. Pada tahap pertama dilakukan FGD dengan mitra pengabdian yang merupakan pemilik UMKM yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Desa Kalirejo kecamatan Dukun Kabupaten Gresik. Melalui FGD yang dilakukan bersama didapatkan gambaran awal permasalahan yang dihadapi. Tahap kedua, FGD untuk mendapatkan kondisi riil sesuai dengan permasalahan yang dihadapi serta solusi penanganan, dari tahapan ini diperoleh data dan informasi yang akurat terkait jenis usaha, profil usaha, situasi dan kondisi usaha yang dijalankan oleh sasaran kegiatan. Data-data dan informasi yang didapat tersebut selanjutnya diolah untuk menentukan solusi yang dapat diambil untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. FGD ketiga dilaksanakan bersama aparat desa Kalirejo untuk menyamakan persepsi tentang rencana kegiatan dan permohonan izin untuk pelatihan *E-Commerce* sebagai solusi.

Pelatihan

Pelatihan terkait digitaliasasi UMKM yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi ke dalam beberapa fokus. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan dan urgensi yang diperlukan oleh para pemilik UMKM secara umum

Beberapa fokus materi pelatihan yang diselenggarakan yaitu:

Strategi Pemasaran dan Perluasan Pasar

Strategi pemasaran dan perluasan pasar merupakan rangkaian tujuan maupun sasaran, kebijakan, dan pengaturan dalam usaha-usaha pemasaran secara berkesinambungan (Singgih et al., 2026). Hal ini sangat dibutuhkan dalam menghadapi persaingan usaha yang terjadi secara

terus-menerus. Selama ini, UMKM Desa memiliki pasar dan wilayah pemasaran yang sangat terbatas. Wilayah pemasaran yang mereka jangkau hanya sebatas di kecamatan Dukun kabupaten Gresik. Produk-produk yang mereka hasilkan hanya dipasarkan sebatas di Tingkat Kabupaten saja. Hal ini menyebabkan usaha yang mereka jalankan sulit berkembang dan sulit mengalami peningkatan secara ekonomi. Dengan materi terkait strategi pemasaran dan perluasan pasar ini, diharapkan produk yang mereka hasilkan akan menjangkau pasar yang lebih luas dan lebih dikenal masyarakat dan mampu menyentuh pasar luar Kota Gresik.

Materi tentang strategi pemasaran dan perluasan pasar bertujuan untuk membangun pemahaman tentang cara-cara menentukan pasar serta strategi-strategi yang dapat digunakan dalam meningkatkan omset penjualan produk-produk dari mitra sasaran. Hal ini bertujuan agar omset penjualan dapat meningkat sehingga berpotensi menaikkan pendapatan dan perekonomian para pelaku usaha. Selain itu, produk-produk yang mereka hasilkan dapat dipasarkan hingga keluar Kota Gresik. Perluasan pasar dalam hal ini tentunya harus diawali dengan peningkatan kapasitas produksi. Apabila kapasitas produksi telah mengalami peningkatan maka perluasan pasar akan lebih memungkinkan dilakukan. Jika selama ini pemasaran hanya dilakukan sebatas di Kabupaten Gresik maka akan dapat meluas keluar kota Gresik. Guna memperluas wilayah pemasaran, diperlukan strategi-strategi pemasaran yang tepat. Maka dalam materi ini diberikan cara-cara dalam menentukan target pasar serta strategi-strategi pemasaran. Salah satu bentuk strategi dalam pemasaran yang disampaikan dalam pelatihan ini adalah dengan menentukan segmentasi pasar.

E-Commerce

E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan sistem jual beli barang dan jasa yang memanfaatkan jaringan internet serta teknologi digital. Dalam konteks pemberdayaan ekonomi desa khususnya UMKM, *e-commerce* sebagai solusi inovatif untuk mengatasi keterbatasan geografis yang selama ini menjadi hambatan utama bagi para pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kalirejo, Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik. Melalui platform digital, pelaku usaha tidak lagi bergantung pada pasar fisik lokal, melainkan dapat terhubung langsung dengan calon konsumen di berbagai wilayah tanpa batas waktu. Materi *E-Commerce* disampaikan bagi UMKM secara garis besar memiliki tiga pilar utama:

Pengenalan Ekosistem *E-Commerce*: berbagai jenis platform digital, mulai dari marketplace (seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop), pemanfaatan media sosial untuk berniaga (*social commerce* seperti WhatsApp Business dan Instagram), hingga dasar-dasar dompet digital (*e-wallet*) sebagai instrumen pembayaran yang aman.

Strategi Digital Branding dan Visual Produk: meningkatkan nilai jual produk melalui foto produk yang menarik, penulisan deskripsi produk yang informatif, serta penentuan harga yang kompetitif di pasar digital.

Manajemen Operasional Toko Online: keahlian teknis mengenai cara memproses pesanan, mengelola stok barang secara digital, berinteraksi secara prima dengan pelanggan melalui fitur obrolan (chat), hingga teknik pengemasan dan pemilihan jasa ekspedisi yang efisien.

Adopsi *e-commerce* memberikan dampak multiplikasi yang signifikan bagi kemandirian ekonomi pelaku UMKM di Desa Kalirejo. Pertama, teknologi ini memotong rantai distribusi yang panjang, sehingga margin keuntungan yang diterima oleh produsen menjadi lebih optimal. Kedua, *e-commerce* menyediakan data transaksi yang transparan dan tercatat otomatis, yang sangat berguna bagi pelaku usaha untuk memetakan produk terlaris dan memahami perilaku belanja konsumen. Ketiga, integrasi sistem pembayaran nontunai meningkatkan keamanan bertransaksi dan mengurangi risiko pengelolaan uang tunai secara manual.

Secara keseluruhan, materi pelatihan *e-commerce* ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan teoritis, melainkan menekankan pada praktik langsung *(hands-on)* pembuatan akun toko online. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meletakkan fondasi transformasi digital yang konkret. Melalui digitalisasi ini, diharapkan produk unggulan dari Desa Kalirejo dapat bersaing di pasar nasional, mempercepat pemulihan ekonomi keluarga, dan mendorong terwujudnya ekosistem desa digital yang berkelanjutan di Kabupaten Gresik.



Gambar 4. Pelatihan *E-Commerce*.

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2026)

Pendampingan pada Platform Digital dan Marketplace

Tahapan selanjutnya adalah pendampingan. Selain peningkatan aspek pengetahuan, kegiatan pelatihan juga memberikan pendampingan peningkatan keterampilan praktis peserta dalam menggunakan media digital untuk mendukung kegiatan pemasaran. Dalam proses pendampingan, peserta dibantu untuk mengakses dan mengenali tahapan dasar pengelolaan penjualan online, dimulai dari proses pengenalan produk, penggunaan fitur digital, hingga strategi membangun komunikasi dengan calon konsumen melalui media online.



Gambar 5. Pendampingan.

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2026)

Pendampingan dan pembimbingan secara langsung meliputi pengaturan toko online, membuat akun penjual, melengkapi profil toko, dan upload produk, simulasi transaksi & fitur, praktik menggunakan fitur promosi, pengelolaan pesanan, pengemasan *(packing)*, hingga integrasi jasa pengiriman. Pendampingan juga diarahkan dalam konsultasi berkala ketika pelaku usaha mengalami kendala teknis saat mengoperasikan aplikasi *e-commerce*. Kegiatan pendampingan juga di fasilitasi oleh aparat desa, hal ini merupakan dukungan positif dari pemerintah desa sebagai mitra program. Pemerintah desa tidak hanya berperan dalam membantu koordinasi peserta, penyediaan tempat kegiatan, serta mendukung keberlanjutan program digitalisasi UMKM di tingkat masyarakat. Akan tetapi peran lain sebagai fasilitator program, pendukung kegiatan pelatihan, serta pihak yang membantu melakukan pemantauan terhadap implementasi hasil pelatihan. Tahap monitoring, evaluasi, dan keberlanjutan meliputi evaluasi kinerja toko online yang meliputi pemantauan perkembangan jumlah kunjungan ke toko online, jumlah produk terjual. Serta peningkatan literasi digital UMKM. Pendampingan lanjutan *(Post-Training)* juga dilaksanakan dengan membentuk grup komunikasi sebagai wadah konsultasi jangka panjang agar pelaku UMKM dapat mandiri mengelola e-*commerce* secara berkelanjutan.



Gambar 6. Paguyuban UMKM Desa Kalirejo.

(Sumber: dokumentasi pribadi, 2026)

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan *e-commerce* yang telah dilaksanakan menjadi tahapan penting dalam proses digitalisasi UMKM Desa Kalirejo. Capaian menunjukkan adanya peningkatan kapasitas masyarakat dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran usaha. Program pengabdian kepada masyarakat ini menambah kompetensi UMKM dalam penggunaan media penjualan *online*, penggunaan fitur digital, serta pengembangan akses pemasaran berbasis website sebagai media promosi produk UMKM. Dengan terlaksananya kegiatan pelatihan ini, program pengabdian telah memberikan kontribusi awal dalam meningkatkan kesiapan UMKM Desa Kalirejo menghadapi perkembangan ekonomi digital, sekaligus menjadi dasar untuk pelaksanaan tahap lanjutan hingga seluruh target program tercapai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Jember dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Jember atas dukungan dana yang diberikan melalui skema Hibah Internal Tahun Anggaran 2026 Program Dosen Mengabdi di Desa Asal.

Terima kasih juga kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Kalirejo dan seluruh elemen masyarakat yang telah menerima dan mendukung penuh berjalannya program "Dosen Mengabdi di Desa Asal" ini. Semoga kontribusi keilmuan yang dihilirisasikan dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi kemandirian desa.

DAFTAR PUSTAKA

Alyssa, M. P., Zed, E. Z., Shabirah, J. N., & Ainunisa, A. (2024). Pelatihan dan pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran produk UMKM di Kecamatan Cikarang Pusat. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat, 2*(4), 80–89. https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v2i4.1419

Arif, M., Riwu, Y. F., Hasya, A., Fu'adi, D. K., Rina, Holisoh, S., Nurdianasari, R., Nawarini, A. T., Astitiani, N. L. P. S., Aryandika, A. A., & Yusuf, R. (2024). *Strategi pemasaran*. PT Penerbit Penamuda Media.

Arifen, S. R., Purwanty, V. D., Suci, D. A., Agustiawan, R. H., & Sudrajat, A. R. (2019). *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM*.

Deiss, R., & Henneberry, R. (2024). *Digital marketing for dummies*.

Fajarwati, L., et al. (2026). Non-formal education as community empowerment in the digital era: A case study of the digital literacy program for the Kalirejo Village community, Gresik Regency. *IJELLASCUS*.

Miftah Dewi, I., Desamanita, W. A., & Arif, A. (2026). Transformasi digital dalam administrasi publik: Dampaknya terhadap pelayanan publik di bidang ekonomi. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara, 23*(1), 501–508. https://doi.org/10.59050/jian.v23i1.444

Musalin, A. (2024). *E-marketing*. Rosda Karya.

Nadler. (1989). *Model-model pelatihan*. University of Oxford.

Natsir, A. H., & Sapa, N. (2026). Fintech syariah dan transformasi ekonomi digital: Tinjauan hukum ekonomi Islam. *Journal of Management and Social Sciences, 5*(2), 191–203. https://doi.org/10.55606/jimas.v5i2.2551

Novita, D., et al. (2026). Pemberdayaan masyarakat dalam pemasaran produk herbal melalui e-commerce. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. https://doi.org/10.53625/jabdi.v5i1.10298

Paramawati, D., Ekawaty, H. A., Maryanto, S., & Prabowo, A. T. (2026). Peran daya saing regional dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah metropolitan Kedungsepur Kabupaten Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, 5*(3), 606–622. https://doi.org/10.55606/jempper.v5i3.8146

Rowles, D. (2025). SEO for Berger. *Engine Journal*.

Sakban, S., Pratama, J., Sakdiah, S., Aini, S. N., & Ramadhani, S. A. (2026). Memvisualisasikan potensi desa dan optimalisasi UMKM lokal untuk ekonomi berkelanjutan. *Jurnal Insan Pengabdian Indonesia, 4*(3), 244–252. https://doi.org/10.62007/jouipi.v4i3.1042

Susilo, S. (2026). Peningkatan ekonomi keluarga PMI purna melalui pengolahan kerupuk ikan di Pulau Terpencil Bawean. *JPPM*.

Susilo, S. (2026). Peningkatan ekonomi keluarga PMI purna melalui pengolahan kerupuk ikan di Pulau Terpencil Bawean. *JPPM*.