

Pelatihan Literasi Digital Menggunakan *E-commerce* Bagi Masyarakat Desa Patengan Untuk Memperluas Pasar Stroberi

Nurwati ^{1*}, Yudi Santoso ², Ravindra Safitra ³

¹⁻³ Universitas Budi Luhur

* nurwati@budiluhur.ac.id

Abstrak

Desa Patengan sebagai desa penghasil buah stroberi terbaik terletak di Kabupaten Bandung. Namun sayangnya dalam hal promosi dan penjualan belum didukung dengan pemanfaatan *e-commerce*. Promosi dilakukan dari mulut ke mulut dan penjualan hanya sekitar Bandung. Pelatihan literasi digital menggunakan *e-commerce* sangat diperlukan agar hasil panen buah stroberi dapat dinikmati di luar Bandung. Metode pelaksanaan menggunakan *forum group discussion* dengan kepala Desa Patengan, petani stroberi atau masyarakat Desa Patengan dengan tim pengabdian masyarakat untuk mengumpulkan masalah dan mendapatkan solusinya. Kegiatan berjalan lancar dan selesai dilaksanakan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan menggunakan *e-commerce* dengan berhasil dibuat akun Tokopedia dan akun Shopee. Masyarakat Desa Patengan menyadari pemanfaatan *e-commerce* membuat meningkatnya omset dari usaha menjual stroberi.

Kata Kunci: *e-commerce*, literasi digital, stroberi

Pendahuluan

Desa Patengan sebagai tempat kegiatan pengabdian masyarakat merupakan desa yang terletak di Kabupaten Bandung, termasuk salah satu desa di Kecamatan Rancabali (Arifia et al., 2024). Kondisi geografis Kecamatan Rancabali yang berbentuk pegunungan dan perbukitan menjadikan daerah ini rentan terhadap bencana alam seperti tanah longsor dan pergerakan tanah (Arifia et al., 2024). Selain ancaman kerawanan bencana tersebut, desa yang dianugerahkan Tuhan dengan hamparan kebun teh dan kebun stroberi juga memiliki udara yang dingin, air yang jernih dan pemandangan yang cantik menjadikan desa ini sebagai pilihan wisata terbaik.

Salah satu wisata terpopuler di Desa Patengan adalah kebun stroberi, di mana desa ini dikenal sebagai salah satu daerah penghasil stroberi terbaik di Jawa Barat. Potensi sumber daya alam yang mendukung serta kemampuan masyarakat dalam menanam stroberi menjadikan produk ini memiliki nilai ekonomi tinggi. Meskipun demikian, sampai saat ini sebagian besar pelaku usaha stroberi di Desa Patengan masih bergantung pada cara pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di kebun atau melalui pasar setempat. Terkadang juga menjual di lokasi destinasi wisata atau area parkir bus wisata. Kondisi ini

karena ketahanan buah stroberi mudah rusak dan cepat mengalami kerusakan. Umumnya, buah stroberi bisa bertahan selama 2 hari setelah dipetik sehingga saat panen memerlukan perhatian khusus. Begitu dipetik, buah dimasukkan ke dalam kotak kardus. Simpan di lemari pendingin atau segera diolah menjadi minuman jus (Shukri, 2022). Hal ini mengakibatkan jangkauan pasar menjadi terbatas dan kurang maksimal dalam menghadapi perkembangan zaman yang semakin digital.

Kemajuan teknologi yang semakin digital menjadikan kompetisi dalam penjualan stroberi semakin ketat sehingga pemasaran dan promosi produk secara daring menjadi salah satu faktor penting untuk memperbesar jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Sehingga diperlukan literasi digital untuk menangani hal tersebut. Dalam konteks pembelajaran, kemampuan literasi digital memungkinkan individu yang menguasainya dapat memperoleh informasi, sikap dan keterampilan melalui proses belajar yang lebih baik, cepat, lebih mudah dan menyenangkan (Rizal et al., 2022). Salah satu pemanfaatan literasi digital adalah *e-commerce*. *E-commerce* hadir sebagai alternatif strategis untuk memperkenalkan produk unggulan daerah ke pasar domestik maupun global. Namun, banyak petani stroberi di Desa Patengan masih mengalami tantangan terkait pengetahuan, ketrampilan dan pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan promosi serta penjualan produk secara online. *E-commerce* merupakan suatu teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang mengaitkan antara perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa serta informasi yang dilakukan secara elektronik (Bashir et al., 2020).

Melihat potensi besar ini, program pengabdian kepada masyarakat ini disusun untuk memberdayakan masyarakat Desa Patengan melalui pelatihan literasi digital dengan memanfaatkan *e-commerce* untuk memperkenalkan dan memperluas pasar produk stroberi. Melalui inisiatif ini, diharapkan masyarakat dapat mengoptimalkan teknologi digital secara mandiri untuk meningkatkan pendapatan serta memperluas penjualannya. Pelatihan ini disertai juga pendampingan menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* memiliki potensi besar bagi UMKM untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya dan memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan menjangkau pasar global, sehingga membuka peluang menembus ekspor (Ompusunggu & Berliana, 2023).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat penting mengingat kemajuan pesat dalam dunia digital yang memaksa pelaku usaha mikro dan kecil untuk menyesuaikan diri agar tidak tertinggal. Pemanfaatan *e-commerce* telah menjadi keharusan, bukan sekedar pilihan guna menjamin kelangsungan hidup petani stroberi dan meningkatkan daya saing produk lokal, termasuk stroberi dari Desa Patengan. Selain itu, meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap produk stroberi yang segar dan berkualitas, penggunaan platform digital dapat menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha stroberi untuk menjangkau lebih banyak konsumen tanpa terhalang oleh jarak geografis. Pembeli stroberi biasanya adalah wanita yang berkeinginan untuk menikmati buah segar atau mengolah stroberi menjadi berbagai produk olahan. Stroberi umumnya dibeli untuk keperluan pribadi atau sebagai bahan untuk membuat produk makanan olahan seperti selai stroberi, mochi stroberi, kue dan yang lainnya (Muktiari et al., 2024).

Melalui sesi pelatihan ini, masyarakat akan mendapatkan ketrampilan teknis dalam penggunaan *e-commerce*, tetapi juga meningkatkan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan penyelesaian transaksi dengan cara profesional. Dengan demikian,

pelaksanaan kegiatan ini sangat diperlukan sebagai langkah nyata dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Desa Patengan, sekaligus mendukung inisiatif program pemerintah dalam transformasi ekonomi digital di sektor pertanian dan usaha mikro kecil menengah. Kementerian Komunikasi dan Digital berkomitmen untuk memperkuat ketahanan pangan di Indonesia dengan menghadirkan program Tani Digital yang bertujuan untuk mengubah cara bertani menjadi lebih efektif dan meningkatkan taraf hidup petani melalui penggunaan pemanfaatan teknologi *Internet of Things* (IoT). Salah satu inovasi yang dihasilkan oleh anak bangsa ini adalah *IoT Smart Precision Agriculture System*, yang telah terbukti meningkatkan produktivitas pertanian, menekan biaya, dan menjaga keberlanjutan lingkungan. Program Tani Digital sejalan dengan program prioritas pemerintahan Presiden Prabowo Subianto, seperti yang disampaikan oleh Presiden dalam KTT APEC 2025 di Korea Selatan (Komdigi, 2025).



Gambar 1. Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat

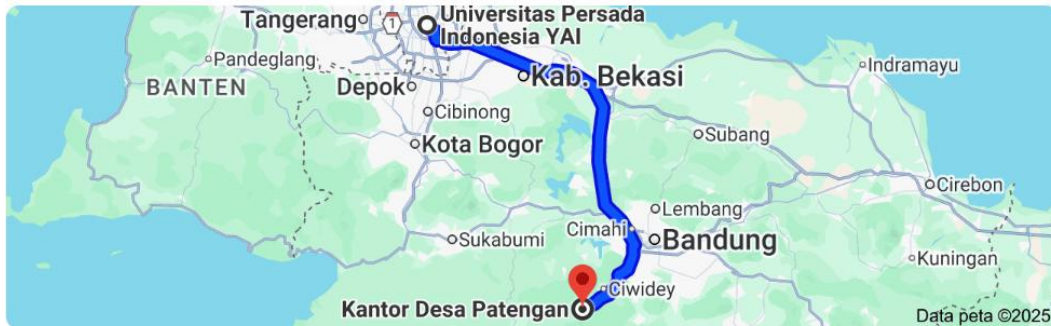
Mitra dalam kegiatan ini adalah masyarakat atau petani stroberi di Desa Patengan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan masyarakat Desa Patengan dengan memakai *e-commerce* sebagai sarana untuk mempromosikan dan menjual produk stroberi, serta untuk meningkatkan akses pasar dan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran secara online, sehingga tercipta kemandirian ekonomi bagi masyarakat di Desa Patengan. Adapun manfaat kegiatan ini bagi masyarakat Desa Patengan yaitu terbukanya peluang pasar baru yang lebih luas sehingga terjadinya peningkatan pendapatan melalui pemasaran digital dan mampu meningkatkan kemampuan teknologi dengan menggunakan *e-commerce* untuk promosi dan penjualan stroberi. Berikut gambar 1 di bawah ini, lokasi kegiatan pengabdian masyarakat.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu

Gambar 2 berikut ini menampilkan jarak lokasi pengusul ke lokasi kegiatan pengabdian masyarakat. Lokasi ditempuh kurang lebih 3 jam 9 menit (179,7 km) lewat Jl. Tol Cipularang

dengan transportasi bus. Mengenai waktu kegiatan dimulai hari Sabtu, 11 Oktober 2025 pukul 9 pagi hingga pukul 12 siang.



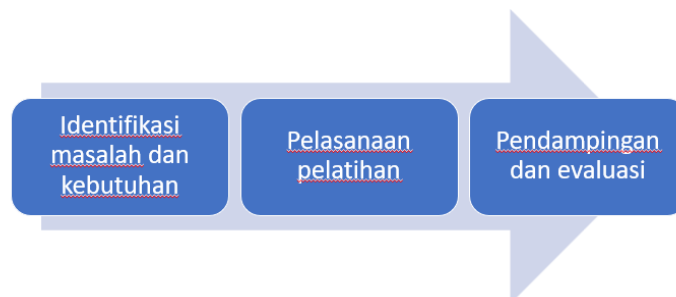
Gambar 2. Jarak lokasi pengusul ke lokasi kegiatan pengabdian masyarakat

Mitra Kegiatan

Berkenaan dengan mitra kegiatan adalah masyarakat desa Patengan khususnya petani stroberi. Mitra kegiatan memberikan masukan tentang masalah penjualan stroberi yaitu bagaimana meningkatkan penjualan stroberi dan mempromosikan buah stroberi di luar Patengan.

Metode Pelaksanaan

Berikut tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat ditunjukkan pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat

Berdasarkan gambar 3 dijelaskan sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah dan kebutuhan

Tahapan pertama, tim bertemu langsung dengan mitra untuk mengidentifikasi masalah dengan mengadakan *Forum Group Discussion* (FGD), metode FGD dalam Bisjoe 2018 (Waluyati, 2020) dapat memberikan data yang lebih mendalam, informasi, dan bernilai, kemudian dari segi kepraktisan model ini hemat biaya, dan dapat mengumpulkan data lebih banyak dengan waktu yang singkat. FGD bisa diandalkan untuk menggali informasi tentang orang beserta pengalamannya, motivasi, perilaku, kebutuhan dan aspirasi mereka (Tarigan & Simamora, 2024). Tahapan FGD ini untuk mengetahui masalah apa yang dialami oleh masyarakat Desa Patengan khususnya petani stroberi, kemudian apa

saja yang dibutuhkan dalam kegiatan pelatihan nanti. Hasil FGD, tim mempersiapkan materi pelatihan, membuat akun *e-commerce*, dan kuesioner untuk evaluasi kegiatan.

2. Pelaksanaan pelatihan

Pada jadwal pelaksanaan pelatihan direncanakan dilakukan di balai desa/kelurahan desa Patengan. Dengan pemaparan materi terlebih dahulu mengenai keunggulan menggunakan *e-commerce* sebagai media sosial yang dimanfaatkan untuk promosi dan penjualan online stroberi. Penggunaan *e-commerce* oleh UMKM dilakukan untuk kemudahan dalam promosi dan pemasaran produk. Pemasaran produk melalui *e-commerce* tidak memerlukan biaya yang besar, akan tetapi dapat mencakup seluruh daerah (Purnama et al., 2021). Dipaparkan juga langkah-langkah membuat akun di *e-commerce*.

3. Pendampingan dan evaluasi

Tahap pendampingan dilaksanakan dengan mendampingi peserta pelatihan dalam mengisi *e-commerce* dan mendampingi dalam redaksional mengenai deskripsi produk. Setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan lalu dilakukan evaluasi kegiatan.

Hasil dan Pembahasan

Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian berjalan lancar sesuai dengan rencana yang sudah dibuat oleh tim pelaksana, mulai dari tahap mengidentifikasi masalah dan kebutuhan, pelaksanaan pelatihan hingga pendampingan dan evaluasi.

Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Identifikasi masalah pelatihan dilakukan melalui *Forum Group Discussion* (FGD) dengan Bapak Asep, selaku kepala Desa Patengan dan masyarakat Desa Patengan khususnya petani stroberi. Hasil dari FGD adalah kesulitan promosi stroberi di luar desa Patengan dan kesulitan menjangkau pasar. Karena kurang terampil memanfaatkan teknologi *e-commerce*. Hasil yang disepakati bahwa mitra memerlukan pelatihan literasi digital mengenai *e-commerce*. Gambar 4 menunjukkan hasil panen stroberi dan gambar 5 kemasan stroberi siap dijual.



Gambar 4. Hasil panen stroberi



Gambar 5. Kemasan stroberi siap dijual

Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan diawali dengan ramah tamah dengan bapak Kepala Desa, Bapak Asep kemudian perkenalan dari tim kegiatan dan peserta pelatihan. Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi *e-commerce* yang berisi mengenai manfaat menggunakan *e-commerce* untuk promosi online dan penjualan online. Berikutnya materi mengenai tahapan membuat akun di Tokopedia dan Shopee. Setelah itu, peserta mengikuti sesi praktik langsung membuat akun Tokopedia dan akun Shopee. Foto kegiatan ditunjukkan pada gambar 6 di bawah ini.

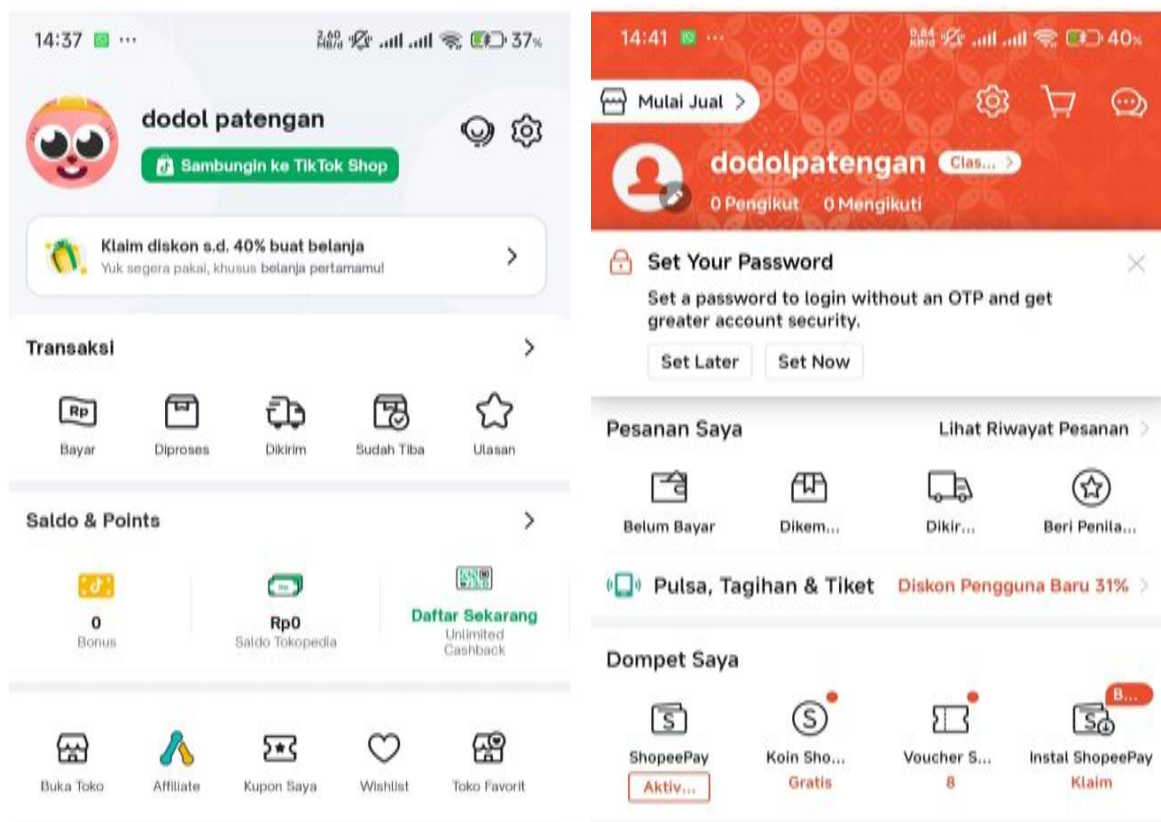


Gambar 6. Foto Kegiatan

Pendampingan dan Evaluasi

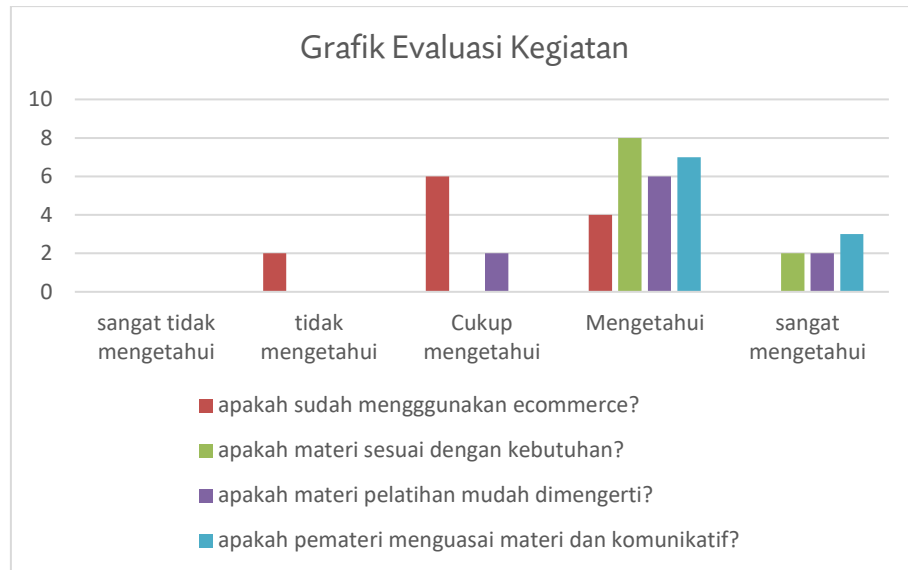
Pendampingan dan kegiatan dilakukan seperti ditunjukkan pada gambar 6 foto kegiatan. Pendampingan dilakukan pada saat praktik membuat akun Shopee dan akun Tokopedia sebagai sarana promosi online dan penjualan online sehingga dapat memperluas jangkauan pasar. Pendampingan langsung yang diberikan pada saat pelatihan bertujuan memastikan peserta pelatihan dapat mempraktikkan langsung pengetahuan mengenai *e-commerce* dalam bisnis sehari-hari (Bashir et al., 2020).

Hasil dari kegiatan pelatihan ini menggembirakan yang ditunjukkan pada *post test* yang diberikan sesudah acara selesai dilakukan. Peserta pelatihan sebanyak 10 (sepuluh) orang. Pada awalnya peserta kurang dapat pengetahuan tentang *e-commerce* dan pengetahuan serta penggunaannya. Hanya ada 1 (satu) orang peserta yang sudah menggunakan media sosial Facebook dalam mempromosikan produknya yaitu olahan buah stroberi yaitu dodol stroberi Patengan. Hasil sesi praktik ini akun Tokopedia dan akun Shopee ditunjukkan pada gambar 7 di bawah ini.



Gambar 7. Hasil Pelatihan

Berikut evaluasi kegiatan dengan pertanyaan apakah sudah menggunakan *e-commerce*? Pertanyaan ke-2, apakah materi sesuai dengan kebutuhan? Pertanyaan ke-3, apakah materi pelatihan mudah dimengerti? dan pertanyaan ke 4, apakah pemateri menguasai materi dan komunikatif? Semua pertanyaan dijawab dan dijelaskan pada grafik yang ditunjukkan pada gambar 8 berikut ini.



Gambar 8. Grafik evaluasi kegiatan

Dari gambar 8 menunjukkan, sebanyak 2 peserta menjawab tidak mengetahui menggunakan *e-commerce*, 6 peserta menjawab cukup mengetahui, dan 4 peserta menjawab mengetahui menggunakan *e-commerce*. Pada pertanyaan apakah materi sesuai dengan kebutuhan, sebanyak 8 peserta menjawab mengetahui/sesuai kebutuhan dan 2 peserta sangat mengetahui/sesuai kebutuhan. Pertanyaan apakah materi pelatihan mudah dimengerti, sebanyak 2 peserta menjawab cukup mengetahui/mudah dimengerti, 6 peserta menjawab mengetahui, dan 2 peserta menjawab mengetahui. Pertanyaan terakhir, apakah pemateri menguasai materi dan komunikatif, sebanyak 7 peserta menjawab mengetahui/menguasai dan 3 peserta menjawab mengetahui/sesuai.

Kesimpulan

Hasil yang didapatkan dari *post-test* sesudah kegiatan selesai dilaksanakan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta pelatihan dalam mempromosikan online dan memperluas jangkauan pasar penjualan stroberi secara online. Petani stroberi Desa Patengan menyadari pentingnya memanfaatkan penggunaan *e-commerce* untuk meningkatkan penghasilan usaha. Untuk saran dalam pelatihan ini dibutuhkan pendampingan lanjutan guna memonitor *e-commerce* yang sudah dimiliki dan pelatihan mengemas stroberi sehingga masih segar dan bagus sampai tempat tujuan pemesan.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kami haturkan kepada Kepala Desa Patengan Bapak Asep, mitra kegiatan dan perangkat Desa Patengan yang sudah banyak membantu serta dukungannya sehingga kegiatan pelatihan ini selesai dan berjalan lancar.

Referensi

- Arifia, D., Rahmafitria, F., & Nurazizah, G. R. (2022). Kesesuaian Lahan untuk Wisata Alam di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung. *Media Komunikasi Geografi*, 23(1), 93–110. <https://doi.org/10.23887/mkg.v23i1.41419>
- Bashir, A., Susetyo, D., Hidayat, A., Hamira, H., & Aini, B. T. (2020). Pelatihan E-commerce pada Industri Rumah Tangga di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 17–24. <https://doi.org/10.29259/jscs.v1i1.6>
- Komdigi. (2025). *Meutya Hafid: Tani Digital Tunjukkan Teknologi Bisa Percepat Ketahanan Pangan*. Web Page. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/meutya-hafid-tani-digital-tunjukkan-teknologi-bisa-percepat-ketahanan-pangan>
- Muktiari, A. K., Azzahra, I. P., Azhara, S. H., & Kuntari, W. (2024). Studi Literatur Strategi Pemasaran Strawberry di Pasar Tradisional dan Pasar Digital. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(4), 462–472. <https://doi.org/10.61722/jinu.v1i4.1812>
- Ompusunggu, D. P., & Berliana, I. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Bagi Umkm Pada Era Industri 4.0. *Matriks, Jurnal Sosial dan Sains*, 5(1), 115–120.
- Purnama, N. I., Putri, L. P., & Bahagia, R. (2021). Analisis E-commerce Dalam Membantu Penjualan UMKM di Tengah Pandemi. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 21(No 2 Desember 2021), 194–200. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.8503>
- Rizal, C., Rosyidah, U. A., Yusnanto, T., Akbar, M., Hidayat, L., Setiawan, J., ... & Asari, A. (2022). *Literasi Digital*. PT Global Eksekutif Teknologi. <https://repository.um.ac.id/5459/1/fullteks.pdf>
- Shukri, I. (2022). *Budidaya Stroberi dari Pemilihan Lahan, Bibit, Perawatan, hingga Panen*. <https://trubus.id/>. <https://trubus.id/budidaya-stroberi-dari-pemilihan-lahan-bibit-perawatan-hingga-panen/>
- Tarigan, K. E., & Simamora, R. M. (2024). Pengenalan Metode Wawancara Kelompok Focus Group Discussion (FGD) di SMP Anastasya: “Membangun Keterampilan Pemahaman Berdiskusi.” *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 4(1), 7. <https://doi.org/10.54314/jpstm.v4i1.1814>
- Waluyati, M. (2020). Penerapan Fokus Group Discussion (FGD) Untuk Meningkatkan Kemampuan Memanfaatkan Lingkungan Sebagai Sumber Belajar. *Jurnal EDUTECH Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(1), 80–91. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JEU/article/view/27089>