



MODEL PEMBERDAYAAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL UNTUK SISWA PEDESAAN MELALUI PELATIHAN E-COMMERCE BERBASIS PASAR LOKAL

Haripuddin¹; Zulhajji¹; Rahmawati HS³;

¹Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar, Jl. A.P Pettarani, Makassar

² Akuntansi, FEB, Universitas Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan Km 10, Makassar

Article history: Received: 5 Agustus 2026, Revised: 26 Agustus 2026, Accepted: 8 September 2026

Corresponding author: Haripuddin, Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

e-mail : haripuddin@unm.ac.id

ABSTRAK

Kesenjangan digital dan ekonomi menimbulkan tantangan signifikan bagi kaum muda di daerah pedesaan. Siswa MTs Ganrang Batu dari keluarga menengah ke bawah menghadapi keterbatasan literasi digital fungsional, infrastruktur pendukung, akses terhadap role model kewirausahaan digital, dan kepercayaan diri untuk memulai usaha. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan memberdayakan siswa kelas IX MTs Ganrang Batu melalui pelatihan e-commerce berbasis produk dan pasar lokal untuk meningkatkan literasi digital fungsional, keterampilan teknis marketplace, dan mindset kewirausahaan. Program menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dan pembelajaran partisipatif berbasis pengalaman. Pelaksanaan terdiri atas lima tahap, yaitu persiapan, sosialisasi dan seleksi, pelatihan intensif dan pendampingan, implementasi serta simulasi bisnis, dan evaluasi serta perencanaan keberlanjutan. Sebanyak 20 siswa kelas IX berpartisipasi. Berdasarkan Tabel 1, rata-rata skor pre-test meningkat dari 54,8% menjadi 91,9%, atau meningkat 37,1%. Seluruh peserta (100%) berhasil membuat toko online aktif dan mengunggah sekurang-kurangnya satu produk. Lima peserta memperoleh pesanan pertama dari lingkungan terdekat. Observasi dan FGD juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri, perubahan cara pandang terhadap e-commerce sebagai peluang, dan terbentuknya pembelajaran sebaya. Model pelatihan yang kontekstual, praktis, dan berbasis aset lokal menunjukkan potensi untuk direplikasi pada sekolah pedesaan dengan karakteristik serupa, dengan keberlanjutan yang didukung oleh guru pendamping, grup WhatsApp, dan komunitas wirausaha sekolah.

Kata kunci: Digital; E-Commerce; Literasi Digital; Pemberdayaan Masyarakat; Siswa Pedesaan

ABSTRACT

The digital and economic divide poses significant challenges for young people in rural areas. Students at MTs Ganrang Batu from lower-middle-income families face limitations in functional digital literacy, supporting infrastructure, access to digital entrepreneurship role models, and confidence to initiate business activities. This Community Service Program (PKM) aimed to empower ninth-grade students at MTs Ganrang Batu through local product- and market-based e-commerce training to improve functional digital literacy, marketplace skills, and entrepreneurial mindset. The program integrated an Asset-Based Community Development (ABCD) approach with participatory, experiential learning. The implementation consisted of five stages: preparation; socialization and selection; intensive training and mentoring; implementation and business simulation; and evaluation and sustainability planning. Twenty ninth-grade students participated. Based on Table 1, the mean score increased from 54.8% in the pre-test to 91.9% in the post-test, representing an increase of 37.1%. All participants (100%) successfully created active online stores and uploaded at least one product. Five participants obtained their first orders from their immediate social environment. Observation and focus group discussion findings also indicated increased confidence, a shift toward viewing e-commerce as an opportunity, and peer-to-peer learning. The contextual, practical, and locally asset-based model shows potential for replication in rural schools with similar characteristics, provided that sustainability is supported by teacher mentoring, a WhatsApp communication group, and a school entrepreneurship community.

Keywords: Community Empowerment; Digital Literacy; E-Commerce; Entrepreneurship; Rural Students

Haripuddin¹;

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan maraknya platform e-commerce telah mentransformasi lanskap ekonomi global, menciptakan paradigma baru dalam perdagangan yang lebih inklusif dan demokratis. Namun, di balik kemajuan tersebut, tantangan kesenjangan digital (digital divide) antara wilayah urban dan rural masih menjadi masalah struktural yang kompleks di Indonesia [1]. Generasi muda di daerah pedesaan, meskipun secara teknis merupakan digital natives yang akrab dengan gawai dan media sosial, seringkali hanya berperan sebagai konsumen pasif konten digital [2]. Jarang dari mereka yang memiliki literasi digital fungsional, yaitu kemampuan untuk menggunakan teknologi tidak hanya untuk konsumsi tetapi juga untuk produksi, kreasi, dan peningkatan ekonomi [3].

MTs Ganrang Batu di Kecamatan Bontoramba, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan, menjadi konteks pelaksanaan program ini. Sebagian besar siswa berasal dari keluarga dengan latar belakang ekonomi menengah ke bawah, antara lain petani kecil dan buruh tani. Analisis situasi awal menunjukkan tersedianya potensi produk lokal, seperti keripik pisang, abon ikan, telur asin, dan kerajinan tangan, tetapi pemasarannya masih banyak bergantung pada jalur tradisional. Permasalahan utama yang ditemukan meliputi rendahnya literasi digital fungsional, keterbatasan infrastruktur, tidak stabilnya akses internet, kurangnya role model kewirausahaan digital, serta rendahnya kepercayaan diri untuk memulai usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, program dirancang tidak hanya untuk mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga membangun entrepreneurial mindset melalui praktik e-commerce yang langsung menggunakan produk lokal. Pendekatan ini selaras dengan prinsip pengembangan berbasis aset yang memobilisasi sumber daya yang telah tersedia di komunitas [4], [5]. Pembelajaran berbasis pengalaman juga digunakan agar siswa belajar melalui praktik langsung, demonstrasi, studi kasus, dan pendampingan.

Tujuan program adalah: (1) meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep e-commerce dan kewirausahaan digital; (2) meningkatkan keterampilan teknis dalam membuat dan mengelola toko marketplace; (3) meningkatkan kepercayaan diri dan entrepreneurial mindset; dan (4) menghasilkan mekanisme keberlanjutan yang dapat dilanjutkan oleh sekolah dan keluarga setelah kegiatan PKM selesai.

Oleh karena itu, program pengabdian ini dirancang sebagai sebuah intervensi strategis yang tidak hanya melakukan transfer keterampilan teknis (hard skills) tetapi juga membangun pola pikir kewirausahaan (entrepreneurial mindset dan soft skills) melalui pelatihan e-commerce berbasis marketplace lokal. Pendekatan ini dipilih karena marketplace seperti Shopee dan Tokopedia telah menjadi gateway yang paling mudah diakses bagi pemula untuk memasuki dunia digital economy [6].

METODE

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini terdiri atas 1. Pendekatan konseptual, 2. Lokasi dan Subjek, 3. Tahapan Pelaksanaan, 4. Instrumen, Teknologi Pendukung dan Pendampingan, 5. Mekanisme Keterlibatan Orang Tua dan Keberlanjutan.

1. Pendekatan Konseptual

Program mengintegrasikan dua pendekatan. Pertama, Asset-Based Community Development (ABCD), yang menempatkan aset komunitas sebagai titik awal pemberdayaan. Aset yang dimanfaatkan meliputi smartphone Android yang dimiliki hampir seluruh peserta, produk lokal keluarga, budaya gotong royong, dan dukungan sekolah [4], [5]. Kedua, pembelajaran partisipatif berbasis pengalaman digunakan melalui demonstrasi, praktik langsung, diskusi, studi kasus, dan refleksi. Pendekatan ini dipilih agar materi relevan dengan konteks kehidupan siswa dan tidak berhenti pada transfer pengetahuan [7].

2. Lokasi dan Subjek

Lokasi kegiatan adalah MTs Ganrang Batu, Kecamatan Bontoramba, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. Subjek program terdiri atas 20 siswa kelas IX yang dipilih berdasarkan motivasi, komitmen mengikuti rangkaian kegiatan, dan persetujuan orang tua. Dari total 30 siswa kelas IX, sebanyak 20 siswa dipilih sebagai peserta program Pemilihan kelas IX didasarkan pada pertimbangan kesiapan mengikuti proyek dan kedekatan dengan masa transisi menuju pendidikan lanjutan atau dunia kerja.

3. Tahapan Pelaksanaan

Program dilaksanakan dalam lima tahap berurutan:

- a. Persiapan (pre-implementation): koordinasi dengan pimpinan sekolah dan guru, komunikasi dengan orang tua, identifikasi produk lokal, penyusunan modul, dan persiapan perangkat pendukung.
- b. Sosialisasi dan seleksi: pengenalan program kepada siswa kelas IX melalui presentasi dan materi inspiratif, kemudian seleksi peserta berdasarkan motivasi dan komitmen.
- c. Pelatihan intensif dan pendampingan: terdiri atas 12 sesi dengan kombinasi ceramah

interaktif, demonstrasi, praktik langsung, diskusi kelompok, dan studi kasus. Dari 12 sesi kegiatan pelatihan, kegiatan dilakukan dalam 3 periode, dan masing-masing periode dilakukan dalam 4 sesi. Sesi I dilakukan pada jam 8.00-9.30, Sesi II dilaksanakan pada jam 9.35-11.55, sesi III dilakukan pada jam 12.30-14.00, dan sesi IV dilaksanakan pada jam 14.05-15.35. Pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian bersama mahasiswa pendamping. Untuk menjaga rasio pendampingan sekitar 1:5, mahasiswa membantu peserta pada saat pembuatan akun, fotografi produk, pengunggahan produk, penulisan deskripsi, pengaturan harga, dan simulasi respons pelanggan.



Gambar 1. Pemberian tugas proyek membuat akun di tokopedia ke siswa MTs Ganrang Batu



Gambar 2. Peserta melakukan fotografi produk melalui smartphone dan ring light

d. Tahap Implementasi dan Simulasi Bisnis: Peserta menerapkan ilmu dengan mengelola toko online mereka secara mandiri. Tim berperan sebagai konsultan yang memantau perkembangan dan membantu memecahkan masalah. Simulasi transaksi dengan teman dan keluarga dilakukan untuk memberikan pengalaman nyata.

e. Tahap Evaluasi dan Perencanaan Keberlanjutan: Dilakukan post-test, Focus Group Discussion (FGD) untuk refleksi, dan penyusunan rencana aksi untuk keberlanjutan program (pembentukan komunitas wirausaha sekolah).

4. Instrumen, Teknologi Pendukung dan Pendampingan

Instrumen evaluasi terdiri atas kuesioner pre-test dan post-test untuk mengukur pemahaman kognitif, lembar observasi untuk menilai keterampilan praktis dan partisipasi, serta panduan FGD untuk menggali perubahan sikap dan mindset. Teknologi pendukung meliputi WiFi router portabel, smartphone peserta, ring light dan tripod mini untuk fotografi produk, modul "Dari Zero to Marketplace", video tutorial berbahasa lokal, serta grup WhatsApp.

Fasilitator utama adalah tim pengabdian. Mahasiswa pendamping dilibatkan sebagai asisten praktik

Haripuddin¹;

untuk memberikan bantuan teknis secara langsung kepada peserta. Pada naskah awal belum disebutkan status/program studi mahasiswa tersebut. Mahasiswa pendamping berasal dari program studi Rekayasa Elektro Fakultas Teknik Universitas Negeri Makassar yang menjadi bagian dari proposal pengabdian kepada masyarakat di MTs Ganrangbatu.

5. Mekanisme Keterlibatan Orang Tua dan Keberlanjutan

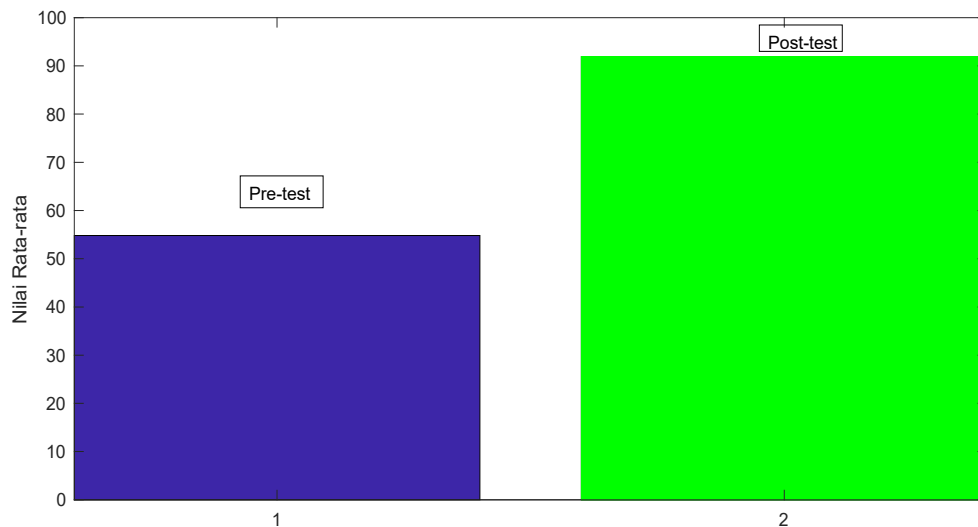
Keterlibatan orang tua diperkuat pada tahap implementasi bisnis. Produk yang dipilih peserta berasal dari potensi keluarga, sehingga orang tua berperan sebagai sumber produk, pemberi informasi mengenai kualitas dan harga, serta mitra dalam pemenuhan pesanan. Dalam simulasi transaksi, keluarga menjadi salah satu lingkungan awal untuk menguji proses pemesanan, komunikasi dengan pelanggan, dan penyelesaian transaksi. Pola ini memperluas dampak program dari siswa ke unit keluarga dan menjadikan produk lokal sebagai aset pembelajaran sekaligus aset ekonomi.

Keberlanjutan program tidak hanya bergantung pada kehadiran tim pengabdian. Mekanisme pascaprogram diarahkan melalui tiga jalur: (1) grup WhatsApp sebagai kanal konsultasi dan berbagi pengalaman; (2) guru pendamping sebagai penghubung kegiatan kewirausahaan siswa di sekolah; dan (3) komunitas wirausaha sekolah sebagai wadah untuk mempertahankan aktivitas, mengembangkan produk, dan melakukan pendampingan sebaya. Dengan mekanisme tersebut, toko online peserta dapat tetap digunakan sebagai media praktik dan pemasaran produk keluarga setelah kegiatan formal selesai.

Hasil dan Pembahasan

1. Peningkatan Kapasitas Kognitif dan Psikomotorik

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata skor pre-test meningkat dari 54,8% menjadi 91,9% pada post-test. Selisih persentase rata-ratanya adalah 37,1. Ini membuktikan efektivitas materi dan metode pelatihan yang diberikan. Seluruh peserta (100%) secara psikomotorik telah mampu melakukan seluruh siklus berjualan online: membuat akun, memotret produk, menulis deskripsi, mengatur harga, dan mengelola respons pembeli.



Gambar 3. Perbandingan nilai rata-rata pre-test dan post-test

Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta Pelatihan

Aspek Penilaian	Rata-rata Pre-test (%)	Rata-rata Post-test (%)	Peningkatan (%)
Pemahaman Konsep E-commerce	58.2	89.5	31.3
Keterampilan Teknis Marketplace	42.7	92.3	49.6
Pengetahuan Kewirausahaan Digital	63.4	94.1	30.7
Rata-rata	54.8	91.9	37.1

Temuan ini memperkuat penelitian [8] yang menyatakan bahwa pendekatan learning by

doing dan experiential learning jauh lebih efektif untuk penguasaan keterampilan digital dibandingkan metode ceramah konvensional. Peningkatan tertinggi terjadi pada keterampilan teknis marketplace, yaitu 49,6 poin persentase. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik langsung memberi kontribusi penting terhadap penguasaan keterampilan operasional marketplace. Seluruh peserta (100%) mampu menyelesaikan siklus dasar penjualan online yang dilatihkan, yaitu membuat akun/toko, memotret produk, menulis deskripsi, mengatur harga, mengunggah produk, dan merespons calon pembeli.

2. Luaran Nyata (Tangible Outputs)

Program menghasilkan 20 toko online aktif, dengan setiap peserta mengunggah sekurang-kurangnya satu produk unggulan. Produk yang digunakan bersifat kontekstual, antara lain keripik pisang, abon ikan, dan aksesoris kerajinan. Lima peserta memperoleh pesanan pertama dari lingkungan terdekat. Temuan tersebut diposisikan sebagai proof of concept, bukan sebagai bukti peningkatan pendapatan jangka panjang, karena program belum melakukan pemantauan penjualan dalam periode pascapelatihan yang lebih panjang.

3. Dampak pada Sikap dan Mindset

Hasil observasi dan FGD mengungkap dampak yang lebih dalam (outcome):

- Peningkatan Kepercayaan Diri: Peserta yang awalnya pemalu menjadi berani mempresentasikan produk di depan kelas.
- Pergeseran Pola Pikir (Mindset): Peserta mulai melihat masalah sebagai peluang. Beberapa bahkan berinisiatif ingin menjual produk lain milik orang tua mereka, menunjukkan tumbuhnya entrepreneurial alertness.
- Semangat Kolaborasi: Terbentuknya peer-to-peer learning dimana peserta yang lebih cepat paham membantu temannya yang tertinggal. Ini mencerminkan terbentuknya social capital dan lingkungan belajar yang suportif, yang merupakan elemen kunci dalam pendekatan ABCD [5].

Tabel 2. Perubahan Mindset dan Perilaku Peserta

Domain	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Indikator Perubahan
Kognitif	Menganggap bisnis online rumit	Memandang e-commerce sebagai peluang	Mampu menjelaskan konsep dengan bahasa sendiri
Afektif	Ragu dan tidak percaya diri	Percaya diri mempresentasikan produk	Berani demo produk di depan kelas
Psikomotorik	Hanya konsumen digital	Menjadi produsen konten digital	Aktif mengelola toko dan merespon customer

4. Keterlibatan Orang Tua dalam Simulasi Bisnis

Keterlibatan keluarga menjadi elemen penting karena sebagian produk yang digunakan dalam pelatihan berasal dari usaha atau potensi ekonomi keluarga. Orang tua berfungsi sebagai pemasok atau sumber informasi produk, sedangkan siswa menjalankan fungsi digitalisasi pemasaran. Dalam simulasi, keluarga dan teman menjadi lingkungan awal untuk menguji alur pemesanan. Lima peserta yang memperoleh pesanan pertama menunjukkan bahwa hubungan antara aset keluarga dan keterampilan digital siswa dapat menjadi titik awal pengembangan usaha. Namun, dampak ekonomi jangka panjang belum dapat disimpulkan dari data kegiatan yang tersedia.

5. Keberhasilan Penerapan Teknologi Tepat Guna

Keberhasilan program ini tidak lepas dari penerapan frugal innovation (inovasi sederhana yang berdampak besar). Ring light mini yang murah berhasil meningkatkan kualitas foto produk secara dramatis, yang merupakan faktor kritis dalam penjualan online. Modul dan video dalam bahasa lokal terbukti efektif mengakomodir berbagai gaya belajar peserta. Hal ini sejalan dengan temuan [6] bahwa materi pelatihan yang didesain secara kontekstual dan mudah diakses merupakan kunci keberhasilan literasi digital di daerah rural.

6. Analisis Faktor Keberhasilan

Berdasarkan triangulasi hasil tes, observasi, dan FGD, model pemberdayaan yang diterapkan dapat diringkas dalam lima komponen: (1) identifikasi aset lokal; (2) peningkatan literasi dan keterampilan digital melalui praktik; (3) pendampingan intensif dengan rasio sekitar 1:5; (4) simulasi bisnis yang menghubungkan siswa, keluarga, dan produk lokal; dan (5) mekanisme keberlanjutan melalui guru, grup WhatsApp, dan komunitas wirausaha sekolah. Rangkaian tersebut menunjukkan bahwa e-commerce tidak ditempatkan hanya sebagai keterampilan teknis, tetapi sebagai instrumen untuk menghubungkan aset lokal, kapasitas siswa, dan peluang pasar. Model ini memiliki potensi replikasi pada sekolah pedesaan yang memiliki kondisi serupa. Namun, klaim efektivitas dan keberlanjutan perlu dipahami dalam batasan desain program, yaitu jumlah peserta hanya 20 siswa, tidak terdapat kelompok pembandingan, dan data ekonomi jangka panjang belum tersedia. Oleh sebab itu, keberhasilan yang dilaporkan terutama berkaitan dengan peningkatan kapasitas, keterampilan, output toko online, dan perubahan sikap yang diamati selama program.

Haripuddin¹;

KESIMPULAN

Program pelatihan e-commerce berbasis pasar dan produk lokal di MTs Ganrang Batu menghasilkan peningkatan kapasitas peserta dan luaran digital yang nyata. Rata-rata skor meningkat dari 54,8% pada pre-test menjadi 91,9% pada post-test, atau bertambah 37,1 poin persentase. Seluruh 20 peserta berhasil membuat toko online aktif dan mengunggah produk, sedangkan lima peserta memperoleh pesanan pertama dari lingkungan terdekat. Observasi dan FGD menunjukkan peningkatan kepercayaan diri, perubahan mindset terhadap e-commerce, dan terbentuknya pembelajaran sebaya.

Model pemberdayaan yang direvisi menekankan integrasi aset lokal, praktik e-commerce, pendampingan intensif, keterlibatan keluarga, dan mekanisme keberlanjutan berbasis sekolah. Keberlanjutan diarahkan melalui guru pendamping, grup WhatsApp, dan komunitas wirausaha sekolah. Meskipun demikian, penelitian/pengabdian lanjutan perlu melakukan pemantauan pascaprogram dan pengukuran dampak ekonomi untuk memastikan keberlangsungan toko, frekuensi transaksi, omzet, dan perkembangan usaha peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung kesuksesan program "Pelatihan E-Commerce untuk Siswa MTs Ganrang Batu", Khususnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi melalui dana hibah DPPM, nomor 0419/C3/DT.05.00/2025 Tanggal 22 Mei 2025 dan mitra MTs Ganrang Batu selama proses kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), "Status Literasi Digital Indonesia 2023," 2023.
- [2] N. Pratiwi and D. Setiawan, "The Digital Divide and Youth Entrepreneurship in Rural Indonesia: A Case Study," *Indones. J. Soc. Stud.*, vol. 15, no. 1, pp. 22–34, 2022.
- [3] A. J. A. M. van Deursen and J. A. G. M. van Dijk, "The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access," *New Media Soc.*, vol. 21, no. 2, pp. 354–375, 2019.
- [4] J. P. Kretzmann and J. L. McKnight, *Building Communities from the Inside Out: A Path Toward Finding and Mobilizing a Community's Assets*. ACTA Publications, 1993.
- [5] A. Mathie and G. Cunningham, "From clients to citizens: Asset-based Community Development as a strategy for community-driven development," *Dev. Pract.*, vol. 13, no. 5, pp. 474–486, 2003.
- [6] A. Nugroho, "Effective Digital Literacy Training for Rural Communities: A Frugal Innovation Approach," *J. Community Empower.*, vol. 7, no. 2, pp. 45–60, 2022.
- [7] M. S. Knowles, *The Adult Learner: A Neglected Species*, 3rd ed. Gulf Publishing, 1984.
- [8] A. Susilo and C. Wahyudi, "The Impact of Hands-on Training on Digital Skills Acquisition: A Comparative Study," *J. Vocat. Educ. Train.*, vol. 10, no. 3, pp. 112–125, 2021.