



COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Pemasaran Kerajinan Bambu di Kelurahan Pasuluhan, Walantaka - Kota Serang

Ade Komariah ^{1*}, Riki Ukhtul Fikri ², Marista Fiana ³, Rastia Ningsih ⁴, Uli Wildan Nuryanto ⁵, Desty Endrawati Subroto ⁶, Eva Muti'ah ⁷, Tia Malinda ⁸, Siti Romlah ⁹, Silvia Maharani ¹⁰

^{1*,2,3,4,5,6,7,8,9,10} Universtas Bina Bangsa, Kota Serang, Provinsi Banten, Indonesia.

Correspondence

^{1*} Universtas Bina Bangsa, Kota Serang, Provinsi Banten, Indonesia.
Email: adeqomariah109@gmail.com.

Funding information

Universtas Bina Bangsa.

Abstract

This community service activity aims to improve the welfare of bamboo craftsmen in Pasuluhan Village, Walantaka - Serang City, through the use of e-commerce as an effective marketing tool. In the current digital era, online product marketing has become an important strategy to expand market reach and increase the competitiveness of local products. This activity involves training for craftsmen in operating e-commerce platforms, starting from creating accounts, managing online stores, to digital promotion strategies. Apart from that, intensive assistance is also provided to help craftsmen understand market trends and optimize the use of technology in marketing bamboo craft products. The results of this activity show an increase in the knowledge and skills of craftsmen in utilizing e-commerce, as well as a significant increase in product sales via online platforms. Thus, it is hoped that this activity can contribute to increasing the income and welfare of bamboo craftsmen in Pasuluhan Village in a sustainable manner.

Keywords

E-Commerce; Bamboo Craft; Pasuluhan.

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pengrajin bambu di Kelurahan Pasuluhan, Walantaka - Kota Serang, melalui pemanfaatan e-commerce sebagai sarana pemasaran yang efektif. Dalam era digital saat ini, pemasaran produk secara online menjadi salah satu strategi penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Kegiatan ini melibatkan pelatihan bagi para pengrajin dalam mengoperasikan platform e-commerce, mulai dari pembuatan akun, pengelolaan toko online, hingga strategi promosi digital. Selain itu, pendampingan intensif juga diberikan untuk membantu pengrajin memahami tren pasar dan mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam memasarkan produk kerajinan bambu. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam memanfaatkan e-commerce, serta peningkatan penjualan produk yang signifikan melalui platform online. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pengrajin bambu di Kelurahan Pasuluhan secara berkelanjutan.

Kata Kunci

E-Commerce; Kerajinan Bamboo; Pasuluhan.

1 | PENDAHULUAN

Desa Pasuluhan adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Walantaka, Kota Serang, Banten. Desa ini merupakan bagian dari wilayah administratif Kota Serang dan berlokasi di daerah yang relatif strategis. Pasuluhan, seperti kebanyakan desa di wilayah Walantaka, umumnya memiliki karakteristik pedesaan dengan komunitas yang masih mempertahankan nilai-nilai tradisional dan budaya lokal (Basrowi *et al.*, 2024). Mata pencaharian utama penduduk desa ini biasanya berasal dari sektor pertanian, peternakan, serta usaha kecil dan menengah. Desa Pasuluhan juga menjadi bagian dari upaya pengembangan wilayah oleh pemerintah daerah, khususnya dalam hal infrastruktur dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Juanto, Basrowi *et al.*, 2023). Kerajinan utama yang ada di Kelurahan Pasuluhan, Kecamatan Walantaka, Kota Serang, adalah kerajinan bambu. Kerajinan ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat setempat dan merupakan salah satu sumber mata pencaharian utama. Bambu, yang melimpah di daerah ini, dimanfaatkan oleh para pengrajin untuk membuat berbagai produk yang memiliki nilai seni dan fungsi praktis (Muti'ah *et al.*, 2024). Produk kerajinan bambu yang dihasilkan meliputi beragam barang rumah tangga, perabotan, hiasan, dan kebutuhan sehari-hari seperti anyaman, tikar, keranjang, serta mebel sederhana (Sofiah *et al.*, 2023). Keahlian dalam mengolah bambu diwariskan secara turun-temurun, dan setiap pengrajin memiliki keterampilan khusus dalam mengolah bahan alami ini menjadi produk yang unik dan berkualitas tinggi. Selain memiliki nilai estetika, produk kerajinan bambu dari Pasuluhan juga dikenal karena ketahanannya, sehingga banyak diminati baik oleh masyarakat lokal maupun oleh pasar yang lebih luas. Kerajinan bambu ini tidak hanya menjadi simbol budaya lokal, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap perekonomian masyarakat setempat (Juanto, Basrowi *et al.*, 2023).

E-commerce memegang peranan penting dalam mengembangkan usaha kerajinan bambu di Pasuluhan karena membuka akses pasar yang jauh lebih luas dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional (Basrowi, Yusuf *et al.*, 2023). Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, para pengrajin bambu di Pasuluhan dapat menjangkau konsumen tidak hanya dari wilayah sekitar, tetapi juga dari berbagai daerah lain, bahkan hingga ke tingkat nasional dan internasional. Hal ini secara signifikan meningkatkan peluang penjualan dan memperluas jaringan bisnis mereka (Muti'ah *et al.*, 2023). Selain itu, *e-commerce* memungkinkan para pengrajin untuk mempromosikan produk mereka dengan lebih efektif melalui berbagai strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, iklan online, dan optimasi mesin pencari. Melalui *e-commerce*, pengrajin dapat memperlihatkan kualitas dan keunikan produk mereka kepada audiens yang lebih besar, serta berinteraksi langsung dengan konsumen untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar (B. Basrowi *et al.*, 2024). Dengan demikian, *e-commerce* tidak hanya membantu meningkatkan penjualan, tetapi juga berperan dalam membangun *brand awareness* dan reputasi produk kerajinan bambu dari Pasuluhan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha mereka (Azhani Pricillia and Thayib Hasroel Moh, 2019).

Tabel 1. Permasalahan Mitra, Justifikasi Prioritas dan Solusi yang telah dikerjakan

No	Bidang Permasalahan Mitra	Poin/Detail Prioritas permasalahan yang telah dijustifikasi	Solusi yang ditawarkan dan berhasil dikerjakan Tim
1	Rendahnya pengetahuan	Masyarakat desa pasuluhan banyak yang tidak memahami apa itu e-commerce	Hal yang ditawarkan dalam kegiatan ini adalah memberikan informasi mengenai e-commerce dan pengenalan model penjualan dengan online.
2	Belum adanya sosialisasi yang intens yang membahas e-commerce	Kurangnya akses informasi yang didapatkan oleh warga desa pasuluhan terkait bagaimana e-commerce dapat digunakan dalam meningkatkan UMKM masyarakat	Perlu adanya sosialisasi yang fokus membahas manfaat e-commerce
3	Keterbatasan SDM yang faham media penjualan berbasis online	Tidak adanya SDM yang membantu mensosialisasikan penggunaan teknologi yang tepat dalam meningkatkan penjualan melalui online	Perlu mempraktikkan cara mendaftar e-commerce dan penggunaan aplikasi yang ada pada e-commerce
4	Kurangnya kemampuan mengambil gambar yang tepat untuk dipasang pada aplikasi toko online	Masyarakat pasuluhan belum memahami bagaimana mengiklankan produknya yang cantic sehingga menarik perhatian pelanggan dunia maya	Perlu adanya praktik dan pendampingan mengupload gambar yang menarik dan mendesign toko dengan baik agar dapat dikunjungi banyak konsumen.

2 | METODE

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan 30 orang warga Pasuluhan, khususnya yang memiliki usaha di bidang kerajinan bambu. Kegiatan PkM dilakukan dengan menggunakan metode tindakan persuasif dan partisipatif, didukung oleh tahapan-tahapan berikut (Basrowi, Yusuf, *et al.*, 2023).

2.1 Sosialisasi kegiatan, koordinasi pemangku kepentingan, dan pembekalan

Sosialisasi ini sekaligus menyamakan persepsi terkait permasalahan terkini, yang sebelumnya telah dijustifikasi bersama (Basrowi *et al.*, 2023). Metode ini digunakan untuk memberikan motivasi dan menyampaikan materi edukasi kognitif, seperti membangun kesadaran dan pengetahuan tentang *e-commerce* dan pengembangan usaha melalui media online sehingga bisa mencakup konsumen dan pasar yang lebih luas. Penerapan metode ini mengalokasikan 40% waktu untuk ceramah atau penyampaian masalah dan solusi yang diusulkan, sedangkan 60% sisanya didedikasikan untuk diskusi dan tanya jawab (Gafur *et al.*, 2023). Hasil akhirnya adalah komitmen dan kesepakatan antara mitra dan pengusul mengenai pelaksanaan kegiatan dan pencapaian target hasil bagi mitra (Purwaningsih, Santoso, dan Basrowi, 2024). Pada tahap awal, pra-tes dilakukan untuk mengungkap pengetahuan, motivasi, dan kebutuhan mendesak mitra melalui curah pendapat, diikuti oleh intervensi yang mencakup penyediaan materi melalui penyebaran item program utama, yang kemudian dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan (Rustandi *et al.*, 2023).

3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Kegiatan dalam pelatihan dan pendampingan diikuti 30 orang warga masyarakat kelurahan Pasuluhan dan mereka sangat antusias mencermati materi yang disampaikan oleh mentor.



Gambar 1. Pemberian materi dari mentor dan diikuti oleh warga masyarakat pasuluhan

Tim abdimas menyebarkan kuesioner dan terdapat 30 orang pemilik UMKM kerajinan bambu yang mengisi kuesioner tersebut, berikut hasil dan pembahasan.

Tabel 2. Pemahaman mengenai *E-commerce*

Jawaban responden	Pre test		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
1.00	2	7	0	0
2.00	8	27	2	7
3.00	8	27	4	13
4.00	9	30	11	37
5.00	3	10	13	43
Total	30	100.0	30	100.0

Sumber: Hasil analisis data primer 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar masyarakat pengrajin bambu tidak memahami apa itu *e-commerce*. Terlihat bahwa hanya 3 orang (10%) yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan cukup, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan rendah, dan 2 orang (7%) memiliki pengetahuan sangat rendah. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, masyarakat menunjukkan perubahan yang sangat signifikan, sebagian besar peserta yang hadir memahami mengenai apa itu *e-commerce*. Secara spesifik, 13 orang (43%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 11 orang (37%) memiliki pengetahuan tinggi, 4 orang (13%) memiliki pengetahuan cukup, 2 orang (7%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat pengrajin bambu di Desa Pasuluhan meningkat secara signifikan mengenai pentingnya pemahaman tentang *e-commerce*.

Tabel 3. Kemampuan memahami persyaratan mendaftar *e-commerce*

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
Valid	1.00	2	7	0
	2.00	6	20	0
	3.00	8	27	6
	4.00	11	37	10
	5.00	3	10	14
	Total	30	100.0	30

Sumber: Hasil analisis data primer 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar peserta tidak memahami bagaimana dan apa saja persyaratan mendaftar *e-commerce*. Secara spesifik, hanya 3 orang (10%) yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 11 orang (37%) memiliki pengetahuan tinggi, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan cukup, 6 orang (20%) memiliki pengetahuan rendah, dan 2 orang (7%) memiliki pengetahuan sangat rendah. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pengrajin bambu yang menjadi peserta dalam kegiatan PkM di Desa Pasuluhan menunjukkan perubahan yang cukup baik terkait pemahaman syarat-syarat yang diperlukan dalam mendaftar *e-commerce*. Ditemukan bahwa 14 orang (47%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 10 orang (33%) memiliki pengetahuan tinggi, dan 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan rendah atau sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan masyarakat di Desa Pasuluhan meningkat secara signifikan dan siap mempraktikkan hasil pembelajaran dalam kegiatan yang nyata.

Tabel 4. Pemahaman aplikasi yang ada di *e-commerce*

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
Valid	1.00	0	0	0
	2.00	11	37	4
	3.00	5	17	7
	4.00	14	47	9
	5.00	0	0	10
	Total	30	100.0	30

Sumber: Hasil analisis data primer 2024

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar pengrajin bambu tidak mengetahui jenis-jenis aplikasi yang ada di *e-commerce* untuk berjualan secara online. Secara spesifik, tidak ada masyarakat yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 14 orang (46%) memiliki pengetahuan cukup, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan sedang, 11 orang (37%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pengrajin bambu di Kelurahan Pasuluhan memahami bahwa terdapat banyak aplikasi yang bisa digunakan untuk berjualan online. Ditemukan bahwa 10 orang (33%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 7 orang (23%) memiliki pengetahuan cukup, 4 orang (13%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan masyarakat, khususnya peserta pada PkM tersebut, meningkat secara signifikan terkait pengenalan aplikasi *e-commerce*.

Tabel 5. Pemahaman praktik mendaftar di aplikasi jualan *online*

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
1.00	1	3	0	0
2.00	12	40	5	17
3.00	9	30	6	20
4.00	7	23	8	27
5.00	1	3	11	37
Total	30	100.0	30	100.0

Tabel 5 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar peserta tidak memahami cara mendaftar di toko online. Secara spesifik, hanya 1 orang (3%) yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 7 orang (23%) memiliki pengetahuan tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan cukup, 12 orang (40%) memiliki pengetahuan rendah, dan 1 orang (3%) memiliki pengetahuan sangat rendah. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, peserta memahami cara mendaftar di toko online. Ditemukan bahwa 11 orang (37%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan tinggi, 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan peserta meningkat secara signifikan.

Tabel 6. Pemahaman memilih photo produk yang sesuai dan menarik untuk berjualan secara *online*

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
1.00	1	3	0	0
2.00	18	60	4	13
3.00	6	20	5	17
4.00	5	17	9	30
5.00	0	0	12	40
Total	30	100.0	30	100.0

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagian besar pengrajin bambu tidak memahami foto yang menarik untuk dipasang pada halaman toko online agar diminati konsumen dan mendatangkan banyak pembeli. Secara rinci, tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat tinggi, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan tinggi, 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup, 18 orang (60%) memiliki pengetahuan rendah, dan 1 orang (3%) memiliki pengetahuan sangat rendah. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat, peserta memahami foto yang menarik dan cara mengambil foto yang bagus untuk dipasang pada halaman toko online yang bisa menarik minat lebih banyak pembeli. Ditemukan bahwa 12 orang (40%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan cukup, 4 orang (13%) memiliki pengetahuan rendah, dan tidak ada yang memiliki pengetahuan sangat rendah. Oleh karena itu, tingkat pengetahuan masyarakat yang menjadi peserta dalam *PkM* di Desa Pasuluhan meningkat secara signifikan. Pembahasan ini akan dibagi menjadi tiga aspek, yaitu pelatihan, pembinaan, dan monitoring (Purwaningsih, Santoso, and Basrowi, 2024).

3.1.1 Pelatihan

Melalui metode ini, kegiatan utama yang dilaksanakan adalah pembimbingan dan pelatihan praktis tentang keterampilan sebagai *SDM* dalam menggunakan aplikasi daring pada *e-commerce* (Sofiah *et al.*, 2023).

Gambar 2. Hasil produk kerajinan bamboo yang siap di photo produk untuk dipasarkan ke *e-commerce*

Pelatihan dan sosialisasi tentang *e-commerce* ini sangat membantu warga dalam upaya meningkatkan *UMKM* di Kelurahan Pasuluhan. Produk kerajinan tangan dari bambu berpotensi menembus pasar internasional jika dikelola dengan baik melalui *e-commerce*. Selain itu, *e-commerce* yang disosialisasikan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini dapat memotivasi warga untuk terus mengembangkan potensi lokal dan berinovasi menghadirkan produk yang lebih menarik dan bermanfaat (Rustandi *et al.*, 2023; Utami dan Asriani, 2019). Berikut adalah tahapan pelatihan yang dilaksanakan:

- 1) Persiapan penjelasan materi oleh praktisi *UMKM* dan pengelola *e-commerce*.
- 2) Pengenalan media aplikasi *e-commerce*, seperti *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, dan *TikTok Shop*.
- 3) Proses praktik melalui pengulasan pengetahuan peserta, yang diminta untuk menjelaskan kembali materi yang telah disampaikan.
- 4) Sesi tanya jawab.
- 5) Evaluasi pemahaman.
- 6) Mendaftarkan diri di aplikasi *e-commerce*.

3.1.2 Pendampingan Penggunaan Aplikasi E-Commerce

Pada tahap ini, mentor dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat membantu peserta, terutama pengrajin bambu di Desa Pasuluhan, untuk menyiapkan email dan membuat akun di aplikasi *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Lazada* yang nantinya digunakan sebagai wadah atau toko daring untuk menjual produk kerajinan bambu (Gafur *et al.*, 2023).

3.1.3 Monitoring dan Evaluasi

Setelah sosialisasi, pembekalan materi, pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi selesai, dilaksanakan *post-test* untuk mengevaluasi apakah materi yang diberikan telah terserap dan dipahami oleh mitra, serta apakah mitra mampu mengaplikasikannya. Evaluasi ini juga mencakup (1) peningkatan pengetahuan mitra, (2) kemampuan menggunakan aplikasi *Shopee* dan *Lazada*, serta (3) peningkatan kualitas *SDM* terkait pengelolaan usaha berbasis daring (Basrowi *et al.*, 2023). Evaluasi dilakukan tiga bulan setelah kegiatan berakhir dan dilanjutkan dengan monitoring berkala untuk mengamati perkembangan hingga akhir periode program pengabdian ini.



Gambar 3. Suasana sosialisasi produk yang dapat di pasarkan secara *online*

3.2 Pembahasan

Program pengabdian masyarakat ini ditujukan untuk mendukung pengembangan usaha mikro di Desa Pasuluhan melalui pemasaran berbasis *e-commerce*. Berdasarkan kajian Azhani Pricillia dan Thayib Hasroel Moh (2019), pemberdayaan komunitas lokal melalui teknologi dapat memperkuat potensi ekonomi, termasuk produk kerajinan tradisional seperti bambu. Akses yang lebih luas ke pasar yang diberikan oleh *e-commerce* membantu usaha lokal memperluas jangkauan, mempermudah komunikasi dengan konsumen, serta meningkatkan kemungkinan penjualan ke berbagai wilayah, termasuk lintas negara, sebagaimana disampaikan oleh Utami dan Asriani (2019) tentang optimalisasi *e-commerce* untuk produk halal di Indonesia. Pada tahap pelatihan, materi teknis dan praktik langsung diberikan untuk mengatasi keterbatasan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam penggunaan teknologi digital. Berdasarkan studi Basrowi *et al.* (2023), peningkatan keterlibatan usaha mikro melalui edukasi teknologi telah terbukti mendukung perkembangan ekonomi pasca-pandemi. Materi yang diberikan mencakup panduan menggunakan platform *e-commerce* populer seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, dan *TikTok Shop*. Setiap platform dijelaskan secara menyeluruh, mulai dari

unggah foto produk, penyusunan deskripsi menarik, hingga pengaturan harga yang kompetitif. Partisipasi aktif peserta dalam sesi tanya jawab dan praktik langsung efektif dalam meningkatkan pemahaman, yang terlihat dari hasil *post-test* dengan peningkatan yang signifikan. Pendampingan intensif juga dilaksanakan untuk memastikan peserta dapat mengatasi kendala teknis yang mungkin dihadapi. Menurut penelitian Basrowi, Yusuf, dan tim (2023), sosialisasi dan pendampingan yang berkelanjutan membantu usaha mikro memanfaatkan peluang digital secara lebih optimal. Mentor memberikan bimbingan dalam mengambil foto produk berkualitas tinggi, menentukan sudut dan pencahayaan yang tepat, serta menggunakan teknik sederhana untuk meningkatkan daya tarik visual produk. Selain itu, para peserta didampingi dalam proses pendaftaran akun di platform *e-commerce* sehingga mereka merasa lebih percaya diri dalam mengelola toko daring secara mandiri. Pendampingan intensif ini memudahkan peserta mengatasi kendala teknis, sebagaimana disampaikan oleh Gafur *et al.* (2023).

Monitoring dan evaluasi berkala juga dilakukan untuk mengukur efektivitas program dan mengetahui aspek yang masih perlu ditingkatkan. Evaluasi ini mencakup pengukuran pengetahuan melalui *post-test* untuk melihat perubahan pemahaman peserta tentang *e-commerce*. Purwaningsih, Santoso, dan Basrowi (2024) mengungkapkan bahwa monitoring berkelanjutan meningkatkan penerapan praktik yang diajarkan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta aktif memasarkan produk secara daring, dengan beberapa peserta berhasil meningkatkan transaksi penjualan. Selain itu, mereka semakin memahami pentingnya inovasi dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Secara keseluruhan, melalui pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi, program ini berhasil mendukung pelaku usaha mikro di Desa Pasuluhan dalam memanfaatkan pemasaran digital. Pendekatan terpadu dan bimbingan berkelanjutan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menanamkan kesadaran akan pentingnya inovasi dalam mengembangkan usaha lokal. Keberhasilan program ini dapat menjadi model bagi komunitas lain untuk mengoptimalkan potensi lokal melalui teknologi, sebagaimana ditegaskan dalam penelitian Muti'ah *et al.* (2024) tentang peran *social commerce* dalam mendukung performa *e-commerce*.

4 | KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data sebelum dan sesudah program pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh perempuan di Desa Pasuluhan dalam meningkatkan wawasan pemasaran produk kerajinan bambu melalui *e-commerce* telah ditangani dengan baik melalui serangkaian penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi yang berkesinambungan. Hasil evaluasi menunjukkan perubahan signifikan dalam pemahaman masyarakat terhadap konsep *e-commerce*, di mana 13 orang (43%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 11 orang (37%) memiliki pengetahuan tinggi, 4 orang (13%) memiliki pengetahuan cukup, dan 2 orang (7%) memiliki pengetahuan rendah. Selain itu, para pengrajin bambu yang mengikuti kegiatan ini juga menunjukkan peningkatan pemahaman terkait persyaratan pendaftaran *e-commerce*, dengan 14 orang (47%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 10 orang (33%) memiliki pengetahuan tinggi, dan 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup. Selanjutnya, masyarakat di Desa Pasuluhan memahami bahwa terdapat beragam aplikasi yang dapat digunakan untuk berjualan secara *online*, dengan distribusi pengetahuan yaitu 10 orang (33%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 7 orang (23%) memiliki pengetahuan cukup, dan 4 orang (13%) memiliki pengetahuan rendah. Para peserta juga memahami prosedur mendaftar di toko *online*, di mana 11 orang (37%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 8 orang (27%) memiliki pengetahuan tinggi, 6 orang (20%) memiliki pengetahuan cukup, dan 5 orang (17%) memiliki pengetahuan rendah. Selain itu, mereka memperoleh pengetahuan tentang teknik mengambil foto yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk pada halaman toko *online*. Sebanyak 12 orang (40%) memiliki pengetahuan sangat tinggi, 9 orang (30%) memiliki pengetahuan tinggi, 5 orang (17%) memiliki pengetahuan cukup, dan 4 orang (13%) memiliki pengetahuan rendah dalam keterampilan ini. Secara keseluruhan, program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman para pengrajin bambu di Desa Pasuluhan dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk pemasaran produk mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan dan terimakasih disampaikan kepada, Universitas Bina Bangsa, dan Mitra masyarakat di Desa Pasuluhan kec. Walantaka Serang semoga upaya dan karya bersama ini bermanfaat dan baraqah bagi kemajuan pengetahuan Masyarakat di Kota Serang-Banten.

REFERENSI

- Basrowi, B., Muti'ah, E., Kardi, K., Sanudin, S., & Rohan, E. G. (2024). PKM-PENINGKATAN PENGETAHUAN PENCEGAHAN STUNTING KADER POSYANDU MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI WHATSAPP GROUP, MEDIA AUDIOVISUAL, DAN KEARIFAN LOKAL. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 2972-2979. DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.26667>.
- Basrowi, B., Nugroho, N., Purwaningsih, E., Nurkholifah, A. E., Fitriani, E., Muti'ah, E., ... & Nurjanah, A. (2023). PKM-TECHNOPRENEUR-SYARIAH BAGI SANTRI PP AL-MUBAROK. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 6927-6932. DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.18529>.
- Basrowi, B., Nuryanto, U. W., Muti'ah, E., & Sariwardani, A. (2024). PENCEGAHAN DAN PENANGGULANGAN STUNTING DI DESA KEMUNING. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1785-1792. DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i1.25559>.
- Basrowi, B., Yusuf, F. A., Purwaningsih, E., & Syabarudin, A. (2023). PENINGKATAN GAIRAH UMKM PASCA COVID-19 DI DESA ADAT BADUY. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 272-278.
- Juanto, A., Basrowi, B., & Umalihayati, U. (2023). PELATIHAN PENINGKATAN ADMINISTRASI PEMERINTAHAN BAGI APARATUR DESA DI DESA JANAKA KECAMATAN JIPUT. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 5360-5364. DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.16754>.
- Muhatta, M., Fajar, F., Gafur, R., Setiawan, I., Ma'rip, S., Musaffa, T. F. F., ... & Basrowi, B. (2023). SOSIALISASI PENTINGNYA VITAMIN A UNTUK OPTIMALISASI PERTUMBUHAN BALITA. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 346-351.
- Muti'ah, E., Wahyudi, D., Sari, J., & Basrowi, B. (2024, May). The Role of Social Commerce to Improve E-Commerce Performance. In *2nd International Conference on Management and Business (ICOMB 2023)* (pp. 208-215). Atlantis Press.
- Pricillia, A., & Moh, T. H. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Ekowisata Mangrove. *Batara Wisnu Journal: Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 1.
- Purwaningsih, E., Santoso, J. T. B., & Basrowi, B. (2024). PENGETAHUAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL (HKI) GURU DAN SISWA SMPN 20 PURWOREJO DALAM UPAYA MEMBUDAYAKAN HKI GUNA MENUNJANG KEBERHASILAN PEMBELAJARAN. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1033-1041. DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i1.25044>.
- Rustandi, T., Muti'ah, E., Dewi, W. R., Setiyadi, H., Novianawati, W., Encu, E., & Basrowi, B. (2023). SOSIALISASI PENINGKATAN KESADARAN IBU HAMIL TENTANG PENTINGNYA 1000 HARI PERTAMA KEHIDUPAN. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 296-301.
- Sofiah, L., Jumadi, J., Agustini, A., Putra, I. M., Masriyadi, M., Kardi, K., ... & Yusuf, F. A. (2023). Pemberdayaan kelompok pemuda dalam budidaya ikan nila. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), 320-326.
- Utami, P. (2019). Optimization of utilization of E-commerce on halal products in Indonesia. *Eastern Journal of Economics and Finance*, 4(1), 14-23.

How to cite this article: Komariah, A., Fikri, R. U., Fiana, M., Ningsih, R., Nuryanto, U. W., Subroto, D. E., Muti'ah, E., Malinda, T., Romlah, S., & Maharani, S. (2024). Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Kerajinan Bambu di Kelurahan Pasuluhan, Walantaka - Kota Serang. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 517-524. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i3.377>.