

Peningkatan Revenue dan Media Informasi Masyarakat Desa Tanjung Laut Melalui Website E-Commerce

Akhmad Khudri¹, Ade Putra², Wydyanto³, Wiwin Agustian⁴

¹Program Studi Teknik Elektro, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

²Program Studi Teknik Komputer, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

³Program Studi Teknik Informatika, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

⁴Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

Email: ¹khudri@binadarma.ac.id, ²ade.putra@binadarma.ac.id, ³wydyanto@binadarma.ac.id,

⁴wiwinagustian@binadarma.ac.id

Received: August 1, 2024

Revised: November 1, 2024

Accepted: Dec 1, 2024

Published: Dec 16, 2024

Corresponding Author:

Author Name*:

Ade Putra

Email*:

ade.putra@binadarma.ac.id

DOI: 10.15151/SCD.v2i2.12

© 2024 The Authors. This open access article is distributed under a (CC-BY License)



Abstract. The digital revolution offers rural communities new opportunities to enhance income and expand access to information. Tanjung Laut Village, located in South Sumatra, has the potential to utilize e-commerce platforms to promote local products such as *songket* and blacksmith crafts, along with cultural and natural tourism. This study aims to increase community income and strengthen local information systems through the development and implementation of an e-commerce website. Methods include education, training, and mentoring to equip the community with skills to manage the platform independently. Results show improved digital literacy and significant progress in marketing local products and promoting tourism. This demonstrates the critical role of digital technology in driving rural economic growth and sustainable development.

Keywords: E-commerce website, rural economy, digital literacy, local product marketing, sustainable tourism.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk sektor pedesaan yang memiliki potensi besar untuk berkembang melalui teknologi. Namun, banyak desa di Indonesia belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, meskipun memiliki kekayaan sumber daya lokal dan budaya yang unik. Salah satu desa

yang berpotensi besar dalam mengadopsi teknologi adalah Desa Tanjung Laut. Desa ini dikenal dengan produk lokal berkualitas tinggi dan tradisi budaya yang kaya, tetapi masih menghadapi keterbatasan dalam pemasaran dan distribusi produk mereka, sehingga kontribusi ekonominya belum maksimal.

Mayoritas masyarakat Desa Tanjung Laut bekerja sebagai pandai besi, menghasilkan alat-alat kebutuhan rumah tangga seperti pisau dan parang, serta alat-alat pertanian seperti cangkul dan sekop. Proses produksi dilakukan secara tradisional dengan metode yang diwariskan secara turun-temurun, menghasilkan produk berkualitas tinggi yang tahan lama. Selain itu, desa ini juga terkenal dengan kerajinan *songket*, kain tenun tradisional khas Sumatra Selatan. Pembuatan *songket* dilakukan secara manual di rumah-rumah warga dan membutuhkan waktu yang cukup lama, menjadikannya salah satu produk unggulan desa yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Namun, pemasaran produk-produk ini masih terbatas pada pasar tradisional atau jaringan pribadi, sehingga jangkauan pasarnya sangat sempit.

Keterbatasan akses pemasaran ini menjadi tantangan utama bagi masyarakat Desa Tanjung Laut. Sebagian besar produk mereka tidak mampu bersaing di pasar yang lebih luas karena kurangnya pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pemasaran. Hal ini menciptakan kesenjangan (*gap*) antara potensi besar yang dimiliki desa dan keterbatasan sarana untuk mempromosikan produk lokal secara efektif. Sebagaimana dijelaskan oleh [1], teknologi digital memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan pasar melalui platform berbasis internet, yang dapat membuka akses ke konsumen baru dan meningkatkan daya saing produk lokal [1].

Selain produk lokal, Desa Tanjung Laut juga memiliki potensi pariwisata yang belum dikelola secara maksimal, seperti tradisi budaya dan keindahan alamnya. Keberadaan tradisi lokal yang unik dan pemandangan alam yang menarik dapat menjadi daya tarik wisata yang signifikan. Namun, kurangnya pengelolaan dan promosi berbasis teknologi membuat potensi ini tidak dikenal oleh wisatawan. Menurut [2], teknologi informasi di sektor pariwisata dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata dan memberikan informasi yang mudah diakses, sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung [2].

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pengembangan website e-commerce menjadi solusi yang relevan. Website ini tidak hanya dirancang untuk memasarkan produk lokal, tetapi juga untuk mempromosikan potensi wisata dan budaya Desa Tanjung Laut. Dengan menyediakan informasi yang cepat, interaktif, dan mudah diakses, platform digital ini diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan konsumen dan wisatawan. Sebagaimana dijelaskan oleh [3], platform digital dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong keterlibatan pelanggan dan meningkatkan nilai ekonomi suatu produk atau destinasi [3]. Dengan demikian, pengembangan website e-commerce diharapkan mampu menjembatani kesenjangan pemasaran sekaligus memperkenalkan budaya lokal kepada khalayak yang lebih luas.

2. METODE

Program Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Tanjung Laut ini dilakukan dalam tiga tahapan utama yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai solusi pemasaran produk lokal dan promosi potensi wisata. Tahapan tersebut meliputi edukasi masyarakat, pelatihan pengelolaan website, serta pendampingan dan monitoring. Setiap tahap dirancang secara mendalam untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang aplikatif kepada masyarakat.

2.1. Edukasi Masyarakat

Tahap pertama program ini dimulai dengan kegiatan edukasi masyarakat. Kegiatan ini diawali dengan pengumpulan data dan observasi terkait kondisi masyarakat, khususnya tingkat pengetahuan mereka tentang pemasaran digital dan teknologi. Proses ini dilakukan melalui wawancara, survei, dan diskusi kelompok untuk memahami kebutuhan spesifik masyarakat dan kendala yang mereka hadapi dalam memasarkan produk lokal. Hasil dari observasi ini menjadi dasar untuk merancang materi edukasi yang relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Edukasi masyarakat difokuskan pada pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan konsep e-commerce, manfaat teknologi digital dalam pemasaran, dan strategi dasar untuk menarik konsumen melalui platform berbasis internet. Misalnya, masyarakat diperkenalkan pada konsep optimasi deskripsi produk, penggunaan gambar berkualitas

tinggi, dan pengelolaan komunikasi dengan pelanggan secara online. Menurut [1], edukasi tentang pemasaran digital sangat penting untuk membantu masyarakat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi [1] [4].

Kegiatan edukasi ini dilakukan secara partisipatif, dengan melibatkan masyarakat dalam diskusi interaktif dan studi kasus sederhana. Studi kasus menggunakan simulasi pemasaran produk lokal seperti alat pertanian dan *songket* khas Desa Tanjung Laut, sehingga masyarakat dapat memahami secara langsung relevansi materi edukasi dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dengan pendekatan ini, masyarakat diharapkan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya teknologi digital dalam menunjang pemasaran produk mereka.



Gambar 1. Edukasi Platform Digital Terhadap Pelaku UMKM

2.2. Pelatihan Pengelolaan Website

Tahap kedua adalah pelatihan pengelolaan website yang dirancang untuk memberikan keterampilan praktis kepada masyarakat. Pelatihan ini dilakukan dalam kelompok kecil agar setiap peserta mendapatkan pendampingan yang maksimal. Pada awal sesi, peserta diperkenalkan pada antarmuka website e-commerce yang telah dikembangkan, termasuk fitur-fitur utama seperti pengunggahan produk, pengaturan harga, dan pengelolaan stok barang.

Selama pelatihan, peserta diajarkan cara membuat deskripsi produk yang menarik, memotret produk dengan teknik sederhana namun efektif, dan mengunggah foto ke

platform. Selain itu, pelatihan juga mencakup pengelolaan transaksi, mulai dari penerimaan pesanan hingga proses pembayaran dan pengiriman barang. Dengan mempraktikkan setiap langkah secara langsung, peserta dapat memahami alur kerja website e-commerce secara menyeluruh.

Tidak hanya itu, pelatihan ini juga menekankan pada pentingnya menjaga kepercayaan konsumen. Peserta diajarkan untuk memberikan layanan yang responsif, seperti menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat dan memastikan pengiriman tepat waktu. Menurut [3], keterampilan teknis yang didukung dengan pemahaman tentang pengalaman pelanggan sangat penting untuk keberhasilan e-commerce dalam meningkatkan pendapatan masyarakat [3], [5].

Sesi pelatihan diakhiri dengan simulasi operasional website secara langsung. Peserta diminta untuk mempraktikkan semua langkah yang telah dipelajari, seperti mengunggah produk, menerima pesanan, dan melakukan transaksi. Simulasi ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam menggunakan teknologi digital sebagai alat utama untuk mendukung usaha mereka.



Gambar 2. Pelatihan Pengelolaan Website

2.3. Pendampingan dan Monitoring

Tahap terakhir dari program ini adalah pendampingan dan monitoring untuk memastikan keberlanjutan penggunaan website oleh masyarakat. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan bimbingan intensif kepada masyarakat untuk mengatasi kendala teknis yang muncul saat mereka mulai menggunakan website secara mandiri. Tim juga melakukan kunjungan lapangan secara berkala untuk memantau kemajuan implementasi e-commerce di desa.

Pendampingan difokuskan pada beberapa aspek, termasuk evaluasi keberhasilan pemasaran produk melalui website, penyelesaian masalah teknis, dan pengelolaan operasional yang lebih efisien. Tim pengabdian juga memberikan pelatihan tambahan berdasarkan kebutuhan masyarakat, seperti cara membuat promosi yang efektif melalui media sosial atau optimasi konten di website untuk menarik lebih banyak konsumen.

Monitoring dilakukan dengan cara menganalisis data transaksi dan umpan balik dari pelanggan. Analisis ini memberikan wawasan tentang produk mana yang paling diminati, masalah apa yang sering muncul, dan strategi apa yang dapat ditingkatkan. Selain itu, tim juga memberikan laporan berkala kepada perangkat desa dan calon administrator website tentang hasil monitoring, sehingga mereka dapat mempersiapkan langkah-langkah strategis untuk pengembangan lebih lanjut.

Sebagaimana dijelaskan oleh [6], pendampingan yang konsisten merupakan faktor kunci dalam keberhasilan implementasi teknologi digital, karena masyarakat sering kali membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan teknologi baru [6]. Dengan adanya pendampingan yang terstruktur, masyarakat dapat lebih percaya diri dalam mengelola platform digital secara mandiri, yang pada akhirnya akan meningkatkan keberhasilan pemasaran produk lokal dan potensi wisata desa.

Ketiga tahapan ini dirancang secara terstruktur untuk menjawab tantangan utama yang dihadapi Desa Tanjung Laut, yaitu keterbatasan dalam pemasaran produk lokal dan promosi potensi wisata. Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat tidak hanya mampu memanfaatkan teknologi digital secara mandiri, tetapi juga dapat meningkatkan pendapatan dan memperkenalkan budaya lokal mereka ke pasar yang lebih luas.



Gambar 3. Pendampingan Terhadap Perangkat Desa dan Calon Admin Website

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi website e-commerce di Desa Tanjung Laut telah memberikan berbagai dampak positif yang signifikan dalam mendukung pemasaran produk lokal, meningkatkan keterampilan teknologi masyarakat, serta memperluas promosi potensi budaya dan pariwisata desa. Berikut adalah rincian hasil yang dicapai melalui program ini.

3.1. Peningkatan Pendapatan (Revenue)

Salah satu hasil yang paling mencolok dari implementasi website e-commerce adalah peningkatan pendapatan masyarakat. Sebelum adanya platform digital, produk lokal seperti *songket* dan alat pertanian tradisional hanya dipasarkan melalui pasar tradisional dan jaringan pribadi yang sangat terbatas jangkauannya. Hal ini membuat pemasaran produk sangat bergantung pada pelanggan lokal, sehingga pendapatan masyarakat stagnan.

Dengan adanya website e-commerce, produk-produk lokal kini dapat diakses oleh pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Konsumen dari berbagai wilayah kini dapat memesan produk melalui website secara langsung, tanpa harus datang ke desa. Sebagaimana dijelaskan oleh [1], digitalisasi pemasaran memungkinkan akses

pasar yang lebih luas dan efisien, sehingga berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan [1].

Selain itu, fitur keranjang belanja, check-out, dan pengisian data pelanggan yang tersedia di website mempermudah transaksi dan memberikan pengalaman belanja yang lebih nyaman bagi konsumen. Dampaknya, produk-produk lokal seperti *songket* khas Tanjung Laut mengalami peningkatan permintaan secara signifikan, terutama dari konsumen di luar wilayah Sumatra Selatan. Pendapatan masyarakat desa pun mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa bulan setelah website ini mulai digunakan.

3.2. Website sebagai Media Informasi Desa

Website ini tidak hanya dirancang sebagai platform e-commerce, tetapi juga berfungsi sebagai media informasi resmi Desa Tanjung Laut. Halaman "Beranda" menyajikan berbagai informasi penting, seperti berita terkini, pengumuman, dan kegiatan yang berlangsung di desa. Pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi terkait pembangunan desa, kegiatan budaya, dan acara-acara komunitas yang sedang atau akan berlangsung.

Halaman "Tentang Desa" memberikan informasi rinci mengenai sejarah desa, jumlah penduduk, potensi ekonomi, dan budaya lokal. Dengan informasi ini, website tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi produk, tetapi juga menjadi media untuk memperkenalkan identitas Desa Tanjung Laut kepada masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi digital, yang menyebutkan bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan transparansi dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah [3].

Sebagai contoh, melalui halaman ini, pemerintah desa dapat menyampaikan laporan perkembangan pembangunan desa secara real-time. Masyarakat desa, baik yang berada di lokasi maupun yang merantau, dapat mengakses informasi desa dengan mudah. Website ini juga mempermudah komunikasi antara perangkat desa dan masyarakat melalui halaman "Kontak Desa," yang menyediakan berbagai saluran komunikasi, seperti nomor telepon, email, dan media sosial resmi.

3.3. Peningkatan Keterampilan Teknologi Masyarakat

Melalui rangkaian pelatihan yang telah dilaksanakan, masyarakat Desa Tanjung Laut kini memiliki keterampilan yang lebih baik dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebelum pelaksanaan program ini, sebagian besar masyarakat belum familiar dengan pengoperasian platform digital, terutama yang terkait dengan e-commerce. Namun, setelah menerima edukasi dan pelatihan, mereka mampu mengelola website secara mandiri, mulai dari mengunggah produk, mengatur harga, hingga memproses transaksi. Pelatihan ini juga mengajarkan pentingnya menjaga kualitas layanan pelanggan, seperti merespons pertanyaan konsumen dengan cepat dan memastikan pengiriman produk tepat waktu. Masyarakat juga diajarkan strategi pemasaran digital sederhana, seperti bagaimana menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka dan mengarahkan pelanggan ke website e-commerce desa.

Berdasarkan teori pemberdayaan teknologi (Haryono, 2018), pelatihan teknologi yang tepat dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi secara mandiri, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan ekonomi dan kesejahteraan [7]. Dengan peningkatan keterampilan ini, masyarakat Desa Tanjung Laut kini lebih percaya diri dalam bersaing di pasar yang lebih luas.

3.4. E-Commerce sebagai Model Bisnis untuk Pengembangan Ekonomi Desa

Penerapan website e-commerce di Desa Tanjung Laut menunjukkan bagaimana teknologi dapat menjadi model bisnis yang efektif untuk mendukung pengembangan ekonomi desa. E-commerce memberikan kesempatan bagi masyarakat desa untuk bersaing dengan usaha yang lebih besar tanpa memerlukan modal besar. Platform ini memungkinkan produk-produk lokal yang sebelumnya hanya dikenal di tingkat lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya pemasaran yang minimal.

Halaman "Produk Desa" di website menampilkan berbagai produk unggulan, seperti kain *songket* khas Sumatra Selatan, alat-alat pertanian dari hasil kerajinan pandai besi, dan produk lain yang dihasilkan oleh UMKM setempat. Fitur katalog produk, deskripsi, dan pilihan pembelian memberikan pengalaman belanja yang mudah dan menarik bagi konsumen. Selain itu, fitur promosi di halaman ini memungkinkan masyarakat desa untuk menarik minat konsumen dengan diskon atau penawaran khusus pada periode tertentu.

Menurut teori bisnis elektronik, platform e-commerce dapat menghubungkan usaha kecil dengan pasar global, yang sebelumnya sulit dicapai oleh UMKM pedesaan [7]. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, UMKM di Desa Tanjung Laut kini memiliki kesempatan untuk meningkatkan skala usahanya secara signifikan.

3.5. Dukungan terhadap Misi Pemerintah untuk Transformasi Digital

Implementasi website ini mendukung program pemerintah dalam mendorong transformasi digital di wilayah pedesaan. Pemerintah memiliki misi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi, salah satunya dengan mengembangkan layanan berbasis digital di tingkat desa. Hal ini sejalan dengan teori pemerintahan elektronik, yang menyoroti pentingnya teknologi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam pembangunan daerah [8]. Melalui website ini, Desa Tanjung Laut mampu meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam pengelolaan informasi desa. Pemerintah desa dapat mempublikasikan laporan keuangan, rencana pembangunan, dan capaian program secara terbuka, sehingga masyarakat dapat memantau dan memberikan masukan. Website ini juga memungkinkan pemerintah desa untuk berkomunikasi secara lebih efektif dengan masyarakat dan pihak luar, termasuk calon investor atau mitra bisnis.

3.6. Profil Desa Tanjung Laut

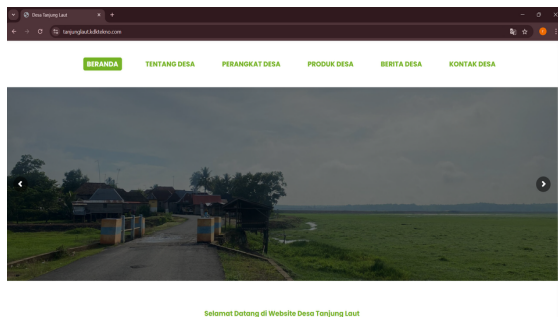
Desa Tanjung Laut adalah salah satu desa di wilayah Sumatra Selatan yang memiliki potensi ekonomi dan budaya yang luar biasa. Desa ini mencakup wilayah seluas 5,2 km² dan dihuni oleh 1.638 jiwa yang terbagi dalam 498 kepala keluarga (KK). Sebagian besar masyarakatnya bergantung pada sektor ekonomi tradisional, seperti pembuatan kain songket dan kerajinan pandai besi. Tradisi ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama, tetapi juga menjadi bagian penting dari identitas budaya desa yang diwariskan dari generasi ke generasi. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi berbasis e-commerce mulai diperkenalkan untuk memperluas jangkauan pasar produk lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat daya saing desa.

3.6.1. Potensi Ekonomi Desa Tanjung Laut

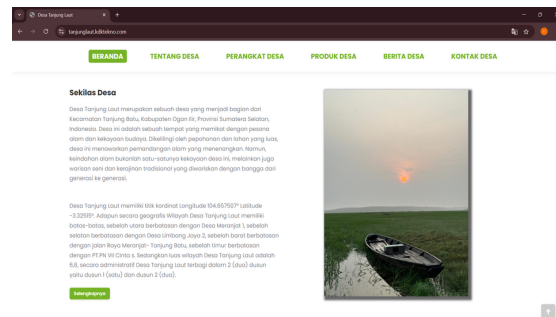
Salah satu potensi terbesar Desa Tanjung Laut terletak pada kerajinan kain songketnya. Songket khas desa ini memiliki motif tradisional yang indah dan kaya warna, yang telah dikenal hingga ke luar daerah, khususnya di kota Palembang. Proses pembuatan songket

dilakukan secara manual oleh pengrajin di rumah-rumah mereka. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4, pengrajin bekerja dengan alat tenun tradisional yang membutuhkan ketelitian tinggi. Setiap kain songket memerlukan waktu berminggu-minggu untuk diselesaikan, menghasilkan produk berkualitas tinggi yang tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga sarat dengan nilai budaya. Dengan dukungan e-commerce, songket kini dapat dijangkau oleh pasar yang lebih luas, membuka peluang bagi pengrajin untuk meningkatkan pendapatan mereka.

Selain songket, kerajinan pandai besi juga menjadi sektor ekonomi utama di desa ini. Produk-produk seperti pisau, parang, cangkul, dan sekop dibuat menggunakan metode tradisional yang telah diwariskan secara turun-temurun. Proses pembuatan ini, seperti yang terlihat pada Gambar 5, dilakukan di bengkel-bengkel kecil menggunakan alat sederhana. Produk-produk pandai besi dari Desa Tanjung Laut dikenal karena kualitas dan daya tahannya yang tinggi. Selain melayani kebutuhan lokal, pandai besi desa ini juga menerima pesanan dari luar daerah, terutama untuk alat-alat tradisional yang membutuhkan pengerjaan manual.



Gambar 4. Tampilan Awal



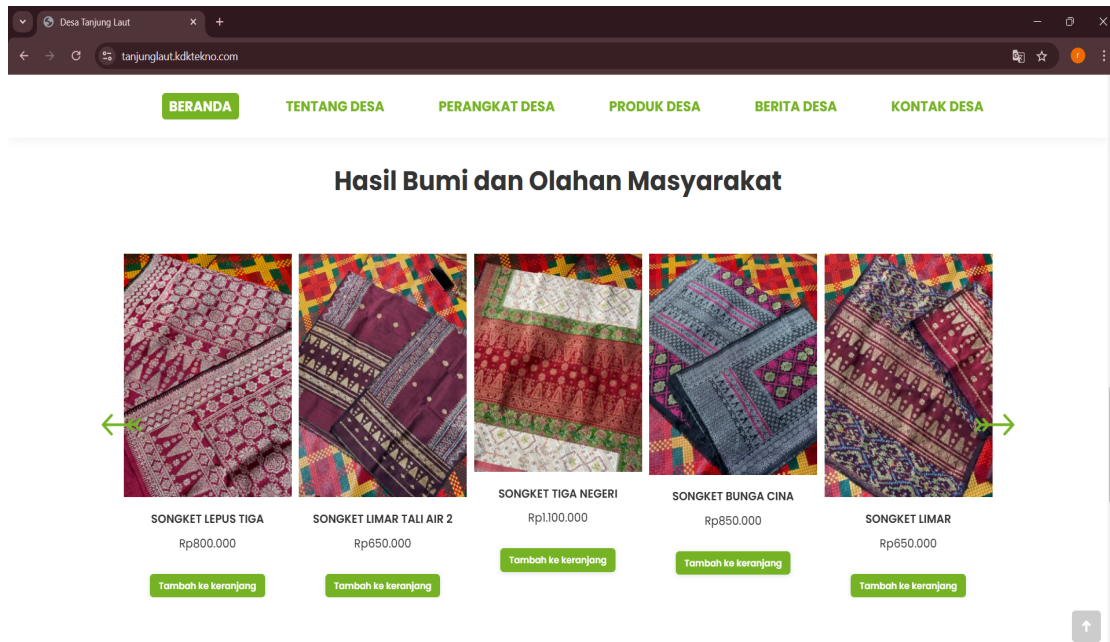
Gambar 5. Informasi Desa

Di samping kerajinan songket dan pandai besi, desa ini memiliki berbagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Produk-produk UMKM meliputi makanan ringan khas desa, anyaman bambu, rempah-rempah, dan hasil pertanian lainnya. Potensi UMKM ini dapat berkembang lebih jauh dengan dukungan teknologi pemasaran digital, seperti yang diupayakan melalui pengembangan platform e-commerce.

3.6.2. Potensi Wisata Desa Tanjung Laut

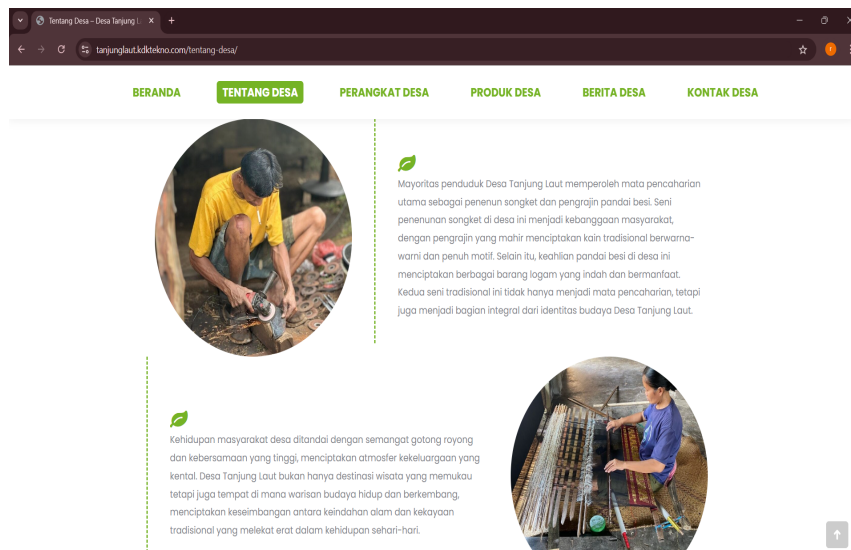
Selain kekayaan ekonomi, Desa Tanjung Laut memiliki potensi wisata yang sangat menarik. Tradisi budaya seperti pembuatan songket secara manual dan proses pandai

besi telah menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang ingin melihat langsung aktivitas masyarakat lokal. Sebagaimana ditampilkan pada Gambar 6, wisatawan dapat mengunjungi rumah-rumah produksi untuk menyaksikan bagaimana songket ditenun atau alat-alat pandai besi dikerjakan. Kegiatan ini memberikan pengalaman edukasi kepada pengunjung sekaligus membuka peluang ekonomi bagi masyarakat lokal.



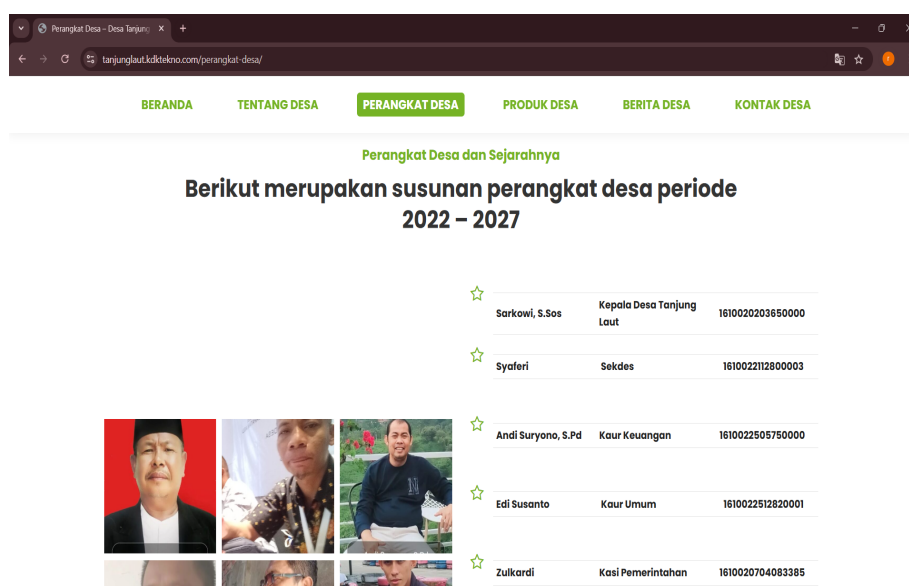
Gambar 6. Hasil Produk Masyarakat Yang Dijual

Keindahan alam desa ini juga menjadi magnet bagi wisatawan. Desa Tanjung Laut dikelilingi oleh hamparan sawah, kebun, dan aliran sungai yang bersih. Lingkungan desa yang asri dan tenang menciptakan suasana yang ideal bagi wisatawan yang ingin beristirahat dari hiruk-pikuk kota. Wisata alam ini semakin menarik jika disertai dengan pengalaman budaya, seperti berpartisipasi dalam kegiatan tradisional desa. Desa ini juga memiliki tradisi budaya tahunan, seperti festival panen dan pameran produk lokal. Festival ini, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 7, tidak hanya menjadi hiburan bagi masyarakat, tetapi juga menjadi momen penting untuk mempromosikan produk lokal dan memperkenalkan budaya desa kepada pengunjung dari luar daerah. Dengan pengelolaan yang lebih baik, potensi ini dapat berkembang menjadi daya tarik wisata yang lebih besar.


Gambar 7. Informasi Lengkap Tentang Desa

3.6.3. Demografi dan Kehidupan Masyarakat

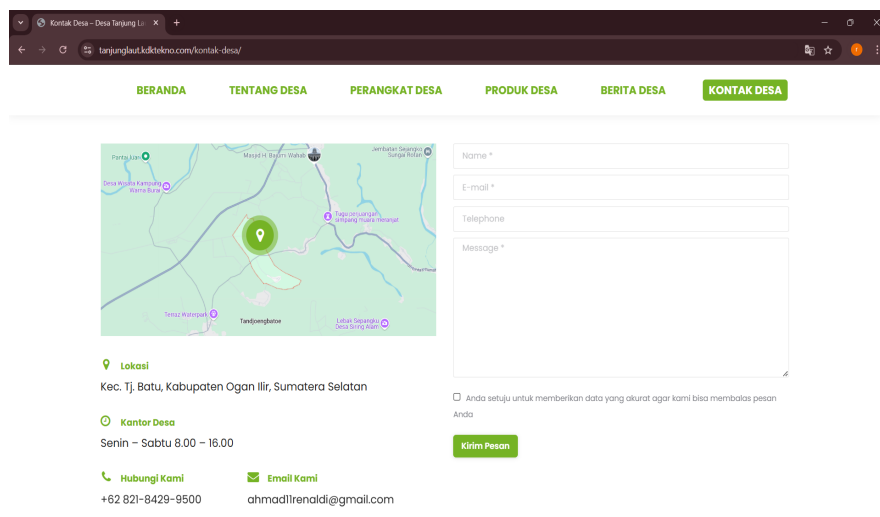
Desa Tanjung Laut memiliki populasi sebanyak 1.638 jiwa, dengan mayoritas penduduknya adalah suku Melayu. Sebagian besar masyarakat berbicara dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Melayu lokal, serta masih memegang teguh tradisi budaya leluhur mereka. Mata pencaharian utama penduduk meliputi kerajinan tangan (45%), pertanian dan peternakan (35%), serta usaha mikro, kecil, dan menengah (20%). Sebagaimana terlihat pada Gambar 8, desa ini memiliki wilayah yang strategis untuk pertanian dan kegiatan produksi kerajinan, didukung oleh sumber daya alam yang melimpah.


Gambar 8. Biodata dan Foto Perangkat Desa

Meskipun banyak pekerjaan dilakukan secara manual, masyarakat mulai membuka diri terhadap pengenalan teknologi digital. Dengan pelatihan dan pendampingan yang diberikan, masyarakat semakin terampil dalam menggunakan teknologi untuk mendukung kegiatan ekonomi mereka, termasuk melalui platform e-commerce.

3.6.4. Infrastruktur Desa

Desa Tanjung Laut memiliki infrastruktur yang memadai untuk mendukung kebutuhan masyarakatnya. Sebagian infrastruktur desa, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 9, meliputi Kantor Desa yang menjadi pusat administrasi dan pelayanan masyarakat. Selain itu, terdapat Balai Desa yang digunakan untuk pertemuan warga dan berbagai kegiatan sosial atau budaya. Untuk pendidikan, desa ini memiliki fasilitas berupa sekolah dasar dan madrasah, yang memberikan akses pendidikan bagi anak-anak desa. Layanan kesehatan dasar tersedia melalui puskesmas pembantu yang berfungsi untuk menangani kebutuhan kesehatan masyarakat. Sementara itu, sebagian besar jalan desa telah diaspal, meskipun beberapa akses menuju lokasi wisata dan wilayah produksi kerajinan masih berupa jalan tanah. Infrastruktur ini diharapkan dapat terus ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pariwisata desa.



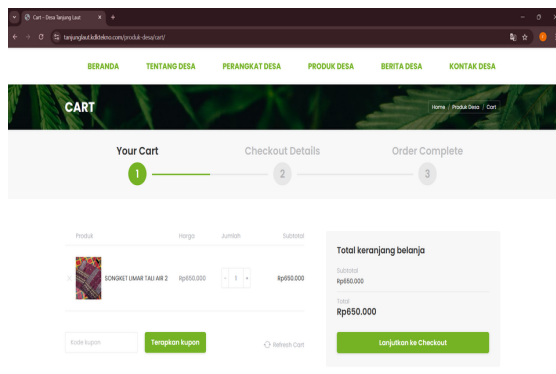
Gambar 9. Lokasi Infrastruktur Desa

Visi dan Misi Desa Tanjung Laut

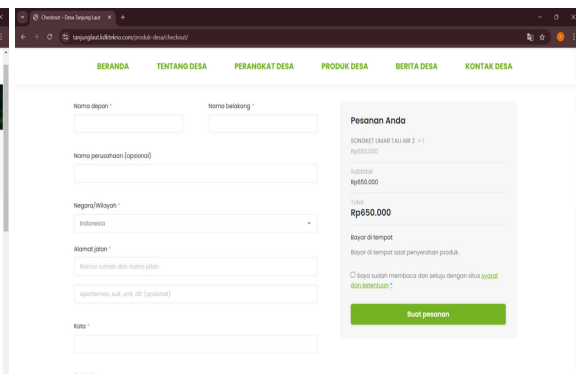
Visi Desa Tanjung Laut adalah menjadi desa yang mandiri, sejahtera, dan berbudaya melalui pemanfaatan potensi lokal dan teknologi digital. Untuk mencapai visi ini, pemerintah desa menetapkan beberapa misi, yaitu mengembangkan potensi ekonomi

desa melalui penguatan UMKM dan pemasaran digital, melestarikan budaya lokal sebagai identitas desa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program pemberdayaan, dan mendukung pemerintahan yang transparan serta berbasis teknologi.

Desa Tanjung Laut adalah desa yang memiliki potensi besar di sektor ekonomi, budaya, dan pariwisata. Dengan pengembangan website e-commerce yang terintegrasi, desa ini telah berhasil membuka peluang baru untuk memasarkan produk lokal sekaligus mempromosikan potensi wisata kepada khalayak yang lebih luas. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 10 dan Gambar 11, tampilan produk seperti kain songket dan kerajinan pandai besi di website e-commerce menunjukkan bagaimana teknologi dapat meningkatkan daya saing desa ini di pasar yang lebih luas. Dengan dukungan teknologi dan pengelolaan yang berkelanjutan, Desa Tanjung Laut memiliki peluang besar untuk menjadi model desa mandiri dan inovatif di masa depan.



Gambar 7. Keranjang Pembelian



Gambar 8. *Check-out*

3.7. Pembahasan

Hasil implementasi website e-commerce di Desa Tanjung Laut menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas jangkauan pasar, memperkuat keterampilan teknologi, dan mendukung promosi budaya lokal serta potensi pariwisata. Hal ini menggarisbawahi pentingnya teknologi digital sebagai alat transformasi ekonomi dan sosial di wilayah pedesaan yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses pasar dan informasi.

Peningkatan pendapatan masyarakat melalui platform e-commerce membuktikan bahwa digitalisasi pemasaran dapat menjadi solusi efektif untuk memperluas jangkauan produk lokal. Sebelumnya, produk-produk seperti *songket* dan alat-alat pandai besi hanya dijual melalui jaringan tradisional, yang sangat terbatas dan rentan terhadap fluktuasi pasar lokal. Dengan website e-commerce, produk-produk ini kini dapat diakses oleh konsumen dari luar daerah, bahkan memiliki potensi untuk menjangkau pasar internasional. Hal ini sejalan dengan teori pemasaran digital yang menyatakan bahwa teknologi mampu memperluas cakupan pasar tanpa batasan geografis. Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan ini, diperlukan strategi pemasaran yang berkelanjutan, seperti penggunaan media sosial untuk promosi, integrasi dengan layanan logistik, dan optimalisasi fitur website agar lebih ramah pengguna.

Selain itu, peningkatan keterampilan teknologi masyarakat Desa Tanjung Laut merupakan salah satu pencapaian penting dari program ini. Sebelumnya, sebagian besar masyarakat belum terbiasa dengan penggunaan teknologi digital, terutama untuk keperluan ekonomi seperti pengelolaan e-commerce. Melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif, masyarakat kini mampu mengoperasikan platform digital secara mandiri, mulai dari mengunggah produk hingga memproses transaksi. Transformasi ini menunjukkan keberhasilan pendekatan pemberdayaan teknologi, yang tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis masyarakat, tetapi juga mendorong rasa percaya diri mereka untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Meskipun demikian, keberlanjutan penguatan keterampilan ini perlu didukung oleh pelatihan lanjutan, pendampingan berkala, dan pembaruan sistem teknologi sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Website e-commerce juga berhasil menjadi media promosi budaya lokal, yang memainkan peran penting dalam pelestarian warisan budaya Desa Tanjung Laut. Produk-produk seperti kain *songket* dan alat-alat tradisional pandai besi tidak hanya dipasarkan sebagai barang ekonomi, tetapi juga sebagai representasi identitas budaya desa. Melalui deskripsi produk dan informasi yang disajikan di website, konsumen dapat memahami nilai budaya dan proses tradisional yang terlibat dalam pembuatan produk tersebut. Hal ini menciptakan nilai tambah bagi produk dan meningkatkan minat konsumen, khususnya dari kalangan yang menghargai kerajinan tradisional. Namun, promosi budaya ini perlu diimbangi dengan upaya pelestarian tradisi melalui dukungan berkelanjutan kepada

pengrajin lokal, agar proses produksi tradisional tetap terjaga di tengah penetrasi teknologi modern.

Selain mendukung pemasaran dan pelestarian budaya, website e-commerce juga membuka peluang baru dalam sektor pariwisata. Dengan menyediakan informasi tentang potensi wisata seperti tradisi budaya, festival tahunan, dan keindahan alam, website ini menjadi alat promosi yang efektif untuk menarik minat wisatawan. Wisatawan dapat mengetahui berbagai aktivitas menarik di desa, seperti melihat proses pembuatan *songket* atau alat-alat pandai besi secara langsung. Informasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik desa sebagai destinasi wisata, tetapi juga memberikan pengalaman yang autentik kepada pengunjung, sehingga memperkuat citra Desa Tanjung Laut sebagai desa budaya yang kaya akan tradisi. Namun, pengembangan sektor pariwisata ini perlu didukung dengan infrastruktur yang memadai, seperti akses jalan yang baik, fasilitas akomodasi, dan peningkatan kualitas layanan wisata.

Secara keseluruhan, implementasi website e-commerce di Desa Tanjung Laut telah membuktikan bahwa teknologi digital dapat menjadi katalisator transformasi ekonomi dan sosial di pedesaan. Namun, keberhasilan ini tidak dapat dicapai tanpa dukungan berkelanjutan, baik dari pemerintah desa, masyarakat, maupun pihak eksternal. Langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah memperkuat integrasi teknologi dengan strategi pengembangan desa secara menyeluruh, termasuk melalui pelatihan, promosi, dan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait. Dengan pendekatan yang holistik, Desa Tanjung Laut memiliki peluang besar untuk terus berkembang sebagai desa yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing di era digital.

4. KESIMPULAN

Pengembangan website e-commerce di Desa Tanjung Laut telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang ekonomi, keterampilan teknologi, promosi budaya, dan pariwisata. Hasil implementasi ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi tantangan pemasaran produk lokal dan keterbatasan akses informasi yang sebelumnya menjadi hambatan utama bagi desa. Melalui platform ini, pemasaran produk lokal seperti kain *songket* dan alat-alat pandai besi berhasil menjangkau pasar yang lebih

luas, bahkan di luar daerah, sejalan dengan teori pemasaran digital yang menekankan peran teknologi dalam meningkatkan daya saing produk. Selain itu, program ini juga berhasil meningkatkan keterampilan teknologi masyarakat, memungkinkan mereka untuk mengelola platform e-commerce secara mandiri. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah memberdayakan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk kegiatan ekonomi mereka, yang tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan individu, tetapi juga pada pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan. Website ini juga berfungsi sebagai media promosi budaya lokal, yang memperkenalkan tradisi seperti pembuatan *songket* dan pandai besi kepada khalayak luas, sekaligus mendukung pelestarian warisan budaya desa.

Dari sisi pariwisata, website ini telah menjadi alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan potensi wisata Desa Tanjung Laut, seperti keindahan alam, festival tahunan, dan tradisi budaya yang menarik bagi wisatawan. Namun, keberhasilan program ini harus didukung oleh penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan lanjutan, peningkatan infrastruktur desa, dan inovasi teknologi untuk menjaga keberlanjutan program. Ke depan, kolaborasi antara pemerintah desa, masyarakat, dan pihak eksternal sangat diperlukan untuk memastikan bahwa teknologi digital terus dimanfaatkan secara optimal. Dengan pendekatan yang terintegrasi, Desa Tanjung Laut memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi desa mandiri, inovatif, dan berdaya saing, sekaligus menjadi contoh sukses transformasi digital di wilayah pedesaan.

REFERENSI

- [1] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Boston, MA, USA: Pearson, 2016.
- [2] D. Buhalis and R. Law, "Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet: The state of eTourism research," *Tour. Manag.*, vol. 29, pp. 609–623, 2008.
- [3] J. Strauss and R. Frost, *E-Marketing*, 7th ed. Boston, MA, USA: Pearson, 2016.
- [4] H. Suryanto, "Pemanfaatan e-commerce dalam peningkatan pendapatan sektor pariwisata di Indonesia," *J. Ekon. Pariwisata*, vol. 5, no. 3, pp. 52–65, 2017.
- [5] R. Nugroho, "E-Government: Transformasi layanan publik di Indonesia," *J. Adm. Negara*, vol. 6, no. 1, pp. 67–80, 2015.

-
- [6] S. Haryono, "Penerapan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM di Indonesia," *J. Teknol. Manaj. Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 124–135, 2018.
- [7] K. C. Laudon and J. P. Laudon, *E-Commerce 2017: Business, Technology, Society*, 13th ed. Boston, MA, USA: Pearson, 2017.
- [8] R. Heeks, "ICT4D 2.0: The next phase of applying ICT for international development," *Computer*, vol. 41, no. 6, pp. 26–33, 2008.