



## Pelatihan Pemasaran Digital dan E-Commerce Bagi Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma dari Luar Jawa

### *Digital Marketing and E-Commerce Training for Wijaya Kusuma University College Students from Outside Java*

Elfira Dwi Ariyani<sup>a,1</sup>, Made Dwi Lysya Tifania<sup>a,2</sup>, Salsabilla Nurrachmaticka<sup>a,3</sup>, Ephivani Ashy Guterres<sup>a,4</sup>, Soviana Nelci Nesimnasi<sup>a,5</sup>, Maslihah<sup>a,6\*</sup>

<sup>a</sup> Informatika, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Jl. Dukuh Kupang XXV No.54, Dukuh Kupang, Kec. Dukuhpakis, Kota Surabaya, Jawa Timur 60225

\*[masliha@uwks.ac.id](mailto:masliha@uwks.ac.id)

#### ARTICLE INFO

##### Article history

Received : 06-06-2025  
Revised : 28-06-2025  
Accepted : 30-11-2025  
Published : 30-11-2025

**Keywords:** Digital marketing, E-commerce, Training, Students, Shopee

**Kata Kunci:** pemasaran digital, E-commerce, pelatihan, mahasiswa, shopee

#### ABSTRACT/ABSTRAK

*Students of Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) from outside Java, particularly those from remote areas, often face difficulties in marketing their products online. Key challenges include limited access to information, low digital marketing and e-commerce literacy, inadequate technological infrastructure, and insufficient capital to develop online businesses. This community service program aims to enhance students' knowledge and skills in digital marketing through training that combines education, discussion, and hands-on practice. Participants learned digital marketing concepts, product marketing strategies, and practiced creating and managing business accounts on the Shopee e-commerce platform. The results indicate an improvement in students' ability to market products online, a stronger understanding of digital marketing strategies, and increased entrepreneurial motivation and potential. This program also supports wider market access for students from outside Java and promotes the equitable development of digital business across regions.*

Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) yang berasal dari luar Jawa, khususnya dari daerah terpencil, masih menghadapi berbagai kendala dalam memasarkan produk mereka secara daring. Permasalahan utama meliputi keterbatasan akses informasi, rendahnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan e-commerce, minimnya infrastruktur teknologi, serta kurangnya modal dan sumber daya dalam mengembangkan bisnis online. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital mahasiswa melalui pelatihan berbasis edukasi, diskusi, dan praktik langsung. Peserta memperoleh pemahaman mengenai konsep pemasaran digital, strategi pemasaran produk, serta praktik pembuatan dan pengelolaan akun bisnis pada platform e-commerce Shopee. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memasarkan produk secara online, pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemasaran digital, serta tumbuhnya motivasi dan potensi kewirausahaan. Pelatihan ini juga berkontribusi pada perluasan akses pasar bagi mahasiswa luar Jawa dan mendorong pemerataan pemanfaatan bisnis digital di berbagai daerah.



Copyright © 2025, Ariyani et al

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license

#### UCAPAN TERIMA KASIH (ACKNOWLEDGMENT)

The author would like to thank Wijaya Kusuma University and the lecturers who teach research methods courses for the support and knowledge provided. The author also thanks Wijaya Kusuma University college students who have participated in the service activities. So that, the author can carry out community service activities and compile a community service journal.

## PENDAHULUAN

Bisnis online atau e-commerce merupakan trend masa kini yang tidak dapat dipungkiri merupakan peluang bagi pelaku bisnis dengan memanfaatkan media internet (Ardhana & Mulyodiputro, 2023). Saat ini, tidak mungkin mengabaikan tren bisnis online, atau e-commerce, yang memberikan peluang bagi para wirausahawan untuk melakukan aktivitas komersial secara online, kapan pun mereka mau, dan dari lokasi mana pun. Berkat kemajuan teknologi terkini, para pelaku bisnis kini dapat secara efektif memperluas pangsa pasar mereka dengan menggunakan perangkat seluler dan internet untuk menciptakan toko online (Donoriyanto, Indiyanto, AR, & Syamsiah, 2023). Karena toko online tidak memerlukan banyak persyaratan administratif seperti gerai ritel tradisional. Kemajuan ini dapat dirasakan diberbagai kalangan, salah satunya para mahasiswa yang ingin mengembangkan bisnis usahanya. Namun di Indonesia, pemanfaatan bisnis online masih sangat terbatas. Banyak daerah-daerah kecil yang masih tertinggal dalam pemanfaatan teknologi ini (Febriani & Dewi, 2019). Hal ini dapat dirasakan juga oleh mahasiswa UWKS dari luar Jawa. Generasi pelajar ini selalu tertinggal dibandingkan rekan-rekannya dalam menggunakan teknologi digital di Pulau Jawa. Mahasiswa UWKS dari luar Jawa seringkali mengalami kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produknya. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain rendahnya pengetahuan dan terbatasnya akses terhadap informasi relevan mengenai pemasaran digital dan e-commerce. Dunia usaha di daerah-daerah kecil ini sering kali kekurangan akses terhadap program pendidikan dan pelatihan yang dapat memberikan pengetahuan dan pelatihan yang diperlukan (Carina et al., 2022). Selain itu, buruknya infrastruktur di negara berkembang menjadi faktor terpenting. Ini termasuk kualitas internet yang buruk dan akses daftar yang tidak dapat diandalkan. Kondisi ini menyulitkan Mahasiswa UWKS dari luar Jawa untuk menjual produk dan jasanya secara online, sehingga menghambat kemampuan mereka dalam berbisnis. Hal ini dapat menghambat upaya dalam meningkatkan usaha bisnis online, khususnya di wilayah pedesaan yang berada di luar Jawa yang mana mengalami keterbatasan tersebut. Mahasiswa juga belum pernah mengikuti pelatihan pemasaran digital dan e-commerce. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa UWKS dari luar Jawa yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai tentang pemasaran digital dan e-commerce.

Untuk mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi Mahasiswa UWKS dari luar Jawa, hal ini diperlukan pelatihan khusus untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Mahasiswa UWKS dari luar Jawa dalam pemasaran digital dan e-commerce. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan mereka strategi-strategi efektif dalam memanfaatkan teknologi dalam dunia bisnis dan membantu mereka dalam menjual produknya secara online sehingga dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan di berbagai daerah. Dari pelatihan ini Mahasiswa UWKS dari luar Jawa diharapkan dapat meningkatkan ketrampilannya, meningkatkan produktivitas usahanya sehari-hari dan mengembangkan usahanya secara mandiri. Pelatihan akan dilakukan melalui metode edukasi, diskusi, dan praktik. Materi edukasi untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang teori terkait pemasaran digital dan e-commerce, pembuatan toko online, dan strategi pemasaran online. Metode ini dimaksudkan untuk memberikan peserta pengetahuan praktis yang dapat mereka terapkan di lingkungan bisnis mereka tanpa gangguan. Selain itu, para Mahasiswa UWKS dari luar Jawa juga akan diajari cara membuat akun bisnis sendiri di platform e-commerce seperti Shopee. Salah satu platform e-commerce paling populer dan banyak digunakan di Indonesia adalah Shopee, yang meraih posisi teratas pada tahun 2017[5]. Setelah pertama kali diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015, pasar Shopee telah berkembang dan beroperasi di Indonesia, Filipina, Malaysia, Vietnam, Thailand, Taiwan, dan negara-negara lainnya[5]. Shopee telah secara efektif mencapai perluasan pasar di negara-negara ini. SEA, perusahaan induk dari Shopee, berhasil menarik mayoritas pengguna internet meski masih pendatang baru di kancah e-commerce Indonesia. Analisis Cheetah mengungkapkan peningkatan luar biasa dari Shopee, yang memegang posisi teratas dengan 3,99% pengguna aktif secara konsisten (Gudiato, Sedyono, & Sembiring, 2022). Shopee merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan e-commerce di Indonesia yang berhasil memanfaatkan kemajuan teknologi. Shopee terus meningkatkan jumlah penggunanya di Indonesia sehingga menjadikannya tempat yang tepat bagi mahasiswa untuk menjual produknya (Hermawan, 2023). Melalui pemanfaatan internet dan perangkat seluler, serta akses terhadap berbagai aplikasi e-commerce, mahasiswa UWKS dari luar Jawa diharapkan mampu mengembangkan usahanya secara signifikan.

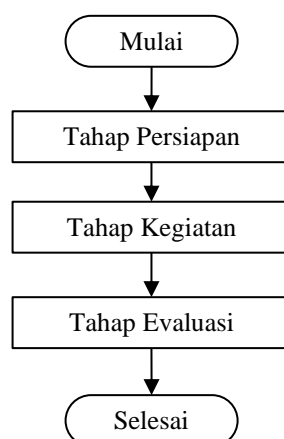
Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang akan membantu mahasiswa memahami aspek teknis dan strategis bisnis online. Mereka akan belajar cara membuat dan mengelola toko online, menggunakan media sosial untuk promosi, dan mengetahui strategi pemasaran online melalui tren-tren terkini untuk meningkatkan bisnis produk mereka untuk menarik lebih banyak konsumen. Melalui pelatihan ini, mahasiswa UWKS dari luar Jawa akan mempunyai bekal ilmu yang diperlukan untuk mengatasi kendala yang ada dan memanfaatkan peluang yang diberikan oleh teknologi digital. Mereka akan mampu meluncurkan bisnis online mereka dengan lebih efektif, menjangkau pasar yang lebih luas, dan berkembang dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif. Dengan begitu, mereka tidak hanya menambah semangat dan pengetahuannya. Tetapi juga diharapkan dengan banyaknya inisiatif dan strategi tersebut, mahasiswa UWKS dari luar Jawa dapat belajar dari kesalahan dan meraih kesuksesan dalam usahanya. membantu mereka dalam menjalankan usaha atau menghadapi tantangan usaha di masa depan meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital. Selain itu, kesuksesan mereka dalam bisnis online dapat menjadi sumber inspirasi dan panduan bagi masyarakat di sekitar mereka untuk beradaptasi dengan era digital dan meningkatkan kesenjangan ekonomi secara global (Zaidan et al., 2023).

## METODE

Pelaksanaan kegiatan ini di lakukan di kampus dengan target sarasannya adalah mahasiswa luar jawa yang sedang menempuh Pendidikan di uwks. Mahasiswa ini di pilih berdasarkan proses selsksi minat, motivasi dan komitmen mereka untuk mengikuti seluruh rangkaian pelatihan e-commerce. Tahap kegiatan di mulai pengenalan e-commerce, teknik pembuatan, pengelolaan toko online, strategi pemasaran digital, dan praktik langsung. Mereka akan melakukan praktik langsung dengan membuat toko online menggunakan platform seperti shopee. Ditetapkan hal-hal sebagai berikut, tempat/lokasi kegiatan yang dipilih adalah dikampus dan dilaksanakan pada Jumat 30-juni 2024.

Jenis kegiatan selanjutnya berupa diskusi untuk membahas ide-ide dan strategi pemasaran, serta mempraktikkannya dalam konteks proyek e-commerce yang telah di buat.. Alat yang digunakan guna mendukung dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah laptop, proyektor, ppt dan juga hansphone guna praktik langsung mengelola toko online melalui aplikasi Shopee. Ikhtisar ilmu pengetahuan dan teknologi yang diperkenalkan dalam kegiatan ini memusatkan perhatian pada aplikasi e-commerce, terutama Shopee, sebagai platform utama. Mahasiswi diperkenalkan dengan konsep dasar e-commerce yang meliputi pemahaman tentang cara kerja e-commerce, keuntungan yang diperoleh, dan bagaimana memanfaatkan platform seperti Shopee untuk memperluas jangkauan bisnis mereka.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dijelaskan pada Gambar 1



**Gambar 1.** Metode pengabdian masyarakat

### a. Tahap Persiapan

Menentukan judul dan tema dan juga pembuatan ppt brupa materi yang akan di sampaikan pada saat kegiatan berlangsung dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tema ecommerce dan marketplace

diambil penulis karena mengikuti trend yang ada serta dinilai mampu memberikan alternatif pekerjaan bagi masyarakat muda di luar Jawa.

b. Tahap kegiatan

Penyampaian edukasi seputar E-Commerce seperti shopee berupa presentasi melalui powerpoint, pembelajaran dan tutorial dalam menggunakan salah satu marketplace, dan yang terakhir adalah Praktek membuat akun google yang kemudian melakukan pendaftaran pada marketplace shopee.

c. Tahap Evaluasi

Tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dievaluasi untuk melihat sejauh mana mereka tercapai. Misalnya, apakah peserta mampu membuat toko online di Shopee, mengimplementasikan strategi pemasaran digital, atau memahami analisis kinerja toko.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemasaran digital dan e-commerce menjadi salah satu solusi untuk membekali para mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dari luar Jawa yang ingin mengembangkan usahanya sendiri. Di era yang semakin digital ini, pemanfaatan teknologi digital dan e-commerce dapat menjadi cara terbaik untuk membantu pelaku bisnis dalam meningkatkan pangsa pasar dan profitabilitas (Prahendratno et al., 2023). Pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan kepada mahasiswa dengan memberikan pengetahuan tentang berbagai strategi pemasaran digital dan e-commerce. Mereka tidak hanya diajarkan untuk memahami platform yang tersedia, namun juga bagaimana memahami strategi pemasaran digital, tren-tren perkembangan bisnis terkini, dan perilaku konsumen di Indonesia. Dengan pemahaman ini, mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih fokus dan efektif terhadap produk dan layanan yang mereka tawarkan.

Selama pelatihan, mahasiswa akan mempelajari keterampilan praktis untuk membangun dan mengelola toko online mereka. Pasar online saat ini semakin didukung oleh perangkat berteknologi tinggi dan inovasi-inovasi baru (Destianah, 2021). Mahasiswa akan diajarkan cara membuat toko online menggunakan aplikasi Shopee. Popularitas Shopee berasal dari kemudahan penggunaannya dalam pemasaran bagi calon pemilik bisnis internet. Shopee merupakan platform retail online yang berfokus pada perangkat seluler tanpa memerlukan penggunaan web browser (Sudarso et al., 2020). Hal ini memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain di mana pun dan kapan pun mereka mau hanya dengan menggunakan ponsel. Selain itu, aplikasi Shopee memiliki cakupan pasar yang luas di beberapa negara (Erwin et al., 2023). Jumlah pengguna yang menggunakan aplikasi Shopee sebagai konsumen sangat tinggi sehingga meningkatkan rata-rata produktivitas bisnis online (Hardiyanti, 2023). Pada pelatihan ini, mahasiswa akan mempelajari cara membuat akun bisnis Shopee, mengelola produk, menetapkan harga yang kompetitif, serta membuat strategi pemasaran dan penjualan yang efektif untuk menarik lebih banyak pelanggan. Mereka juga akan diberi penjelasan tentang pentingnya ulasan dan penilaian pelanggan serta cara mengelola reputasi online mereka.

Salah satu indikator keberhasilan pelatihan ini adalah kemampuan para mahasiswa UWKS dari luar Jawa dalam membuat dan mengelola akun bisnis Shopee sendiri. Keberhasilan upaya ini dapat diharapkan dapat mempengaruhi kebesaran toko online mahasiswa dalam mengembangkan bisnis dari produk yang mereka tawarkan. Mahasiswa UWKS dari luar Pulau Jawa yang mengikuti pelatihan ini, memperoleh kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk sukses dalam lingkungan bisnis online. Mereka akan memiliki kemampuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, dan bersaing dengan pebisnis lainnya di pasar digital. Lebih dari itu, pelatihan ini dimaksudkan untuk mendorong masyarakat untuk terus belajar dan menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi agar dapat maju dan mendukung perekonomian lokal. Selain membekali siswa dengan alat yang diperlukan untuk sukses, pelatihan ini menanamkan dalam diri mereka pola pikir kewirausahaan yang kreatif dan fleksibel. Berikut adalah metode dalam mewujudkan keberhasilan Mahasiswa UWKS dalam mengembangkan pemasaran digital dan e-commerce berupa:

### 1. Edukasi E-commerce

Edukasi mengenai pemahaman dalam pemasaran digital dan e-commerce. Edukasi dilaksanakan bertempat di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, pada hari Jumat, 30 Mei 2024. Materi yang dibahas dalam edukasi ini mengenai pemahaman strategi dalam pemasaran online agar bisnis bisa berkembang secara cepat. Produk yang dijual juga dapat mendapat banyak peminat bagi para konsumen di era digital ini. Setelah itu, mahasiswa diberikan materi mengenai langkah-langkah dalam pembuatan toko online

disalah satu platform e-commerce. Platform yang digunakan adalah pembuatan akun bisnis pada aplikasi Shopee. Mahasiswa dapat mengetahui bagaimana membuat e-commerce untuk pengembangan bisnisnya.



**Gambar 2.** Edukasi Pelatihan Pemasaran Digital dan E-Commerce

## 2. Sesi Diskusi

Sesi Diskusi adalah sesi kesempatan bagi para mahasiswa UWKS dari luar Jawa yang mengikuti kegiatan pelatihan pemasaran digital dan e-commerce ini. Mereka dapat menyampaikan kesulitannya dalam pembuatan akun atau mengenai pemahaman materi yang kurang dipahami. Dari kebingungan para mahasiswa ini, mereka akan mendapatkan penjelasan lebih dari materi yang telah disampaikan.



**Gambar 3.** Sesi Diskusi Pelatihan

## 3. Praktik

Praktik pembuatan akun bisnis Shopee sebagai platform dalam pengembangan toko online bagi para mahasiswa. Setelah mahasiswa mendapat materi yang telah disampaikan, mahasiswa akan membuat akun bisnis Shopee secara tepat. Pembuatan akun bisnis Shopee ini menjadi indikator keberhasilan pelatihan yang telah dilakukan. Jika seorang mahasiswa dapat membuat akun bisnis secara mandiri, maka mahasiswa dianggap dapat mengembangkan bisnis secara mandiri sesuai tujuan dari pelatihan pemasaran digital dan e-commerce yang dilaksanakan.





**Gambar 4.** Praktik Pelatihan

#### **4. Hasil Pelatihan**

Hasil beserta pembahasannya dari pelatihan pemasaran digital dan e-commerce bagi Mahasiswa UWKS diluar Jawa mencapai keberhasilan penuh. Seluruh mahasiswa yang mengikuti pelatihan dapat membuat akun bisnis Shopee secara mandiri dan mampu menggunakannya secara baik dan benar. Maka dari pelatihan ini dianggap bahwa mahasiswa mampu mengembangkan bisnis usahanya sendiri. Mahasiswa juga memahami dengan baik disetiap pemahaman materi yang sudah disampaikan.



**Gambar 5.** Hasil Praktik Pelatihan

#### **Pencapaian dan Kontribusi Terhadap SDGs**

Program pelatihan e-commerce dan pemasaran digital bagi mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) dari luar Jawa menunjukkan capaian yang signifikan dan dapat dijadikan contoh praktik terbaik (best practice) dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan ini tidak hanya berhasil meningkatkan literasi digital mahasiswa, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas kewirausahaan dan akses ekonomi yang lebih inklusif.

Keberhasilan utama program ini terletak pada kemampuan peserta untuk memahami dan menerapkan konsep pemasaran digital melalui praktik langsung pembuatan toko online di platform Shopee. Pencapaian ini menunjukkan transformasi nyata dari pengetahuan teoretis menjadi keterampilan praktis yang dapat digunakan untuk memasarkan produk secara mandiri. Mahasiswa yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses informasi, infrastruktur, dan pengalaman digital kini mampu membuka peluang usaha baru serta memperluas pasar hingga tingkat nasional bahkan internasional.

Capaian tersebut sejalan dengan beberapa tujuan Sustainable Development Goals (SDGs). Pertama, program ini berkontribusi pada SDG 4: Quality Education melalui penyediaan pendidikan dan pelatihan keterampilan digital yang relevan dengan kebutuhan era ekonomi modern. Kedua, kegiatan ini mendukung SDG 8: Decent Work and Economic Growth dengan mendorong mahasiswa untuk mengembangkan usaha

mandiri yang produktif melalui pemanfaatan platform digital. Ketiga, pelatihan ini juga berkontribusi pada SDG 10: Reduced Inequalities karena memberdayakan mahasiswa dari daerah tertinggal—yang sebelumnya menghadapi hambatan geografis dan teknologi—untuk bersaing dalam ekonomi digital secara setara. Selain itu, peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan e-commerce turut mendorong SDG 9: Industry, Innovation, and Infrastructure melalui penggunaan teknologi sebagai sarana peningkatan kapasitas bisnis.

Dengan memberikan kesempatan kepada mahasiswa luar Jawa untuk memahami pemasaran digital secara komprehensif, program ini membuktikan bahwa keterbatasan geografis bukan lagi penghalang untuk memasuki dunia usaha modern. Pelatihan ini dapat dijadikan model praktik terbaik bagi program pengabdian lain karena memadukan edukasi, praktik langsung, dan pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi peserta, tetapi juga menciptakan dampak jangka panjang berupa kemandirian ekonomi, akses pasar yang lebih luas, serta peningkatan daya saing generasi muda dalam ekonomi digital.

### **Kendala Pelaksanaan Pelatihan**

Dalam pelaksanaan program pelatihan e-commerce dan pemasaran digital bagi mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) dari luar Jawa, terdapat sejumlah kendala yang bersifat logis dan berada di luar kendali tim pelaksana. Kendala-kendala ini merupakan faktor eksternal yang umum ditemukan dalam kegiatan pemberdayaan berbasis teknologi digital, terutama pada kelompok sasaran yang berasal dari daerah dengan keterbatasan infrastruktur.

Salah satu hambatan utama adalah kesenjangan literasi digital yang cukup bervariasi antar peserta. Mahasiswa dari daerah terpencil umumnya belum terbiasa menggunakan platform digital secara intensif, sehingga diperlukan waktu lebih lama untuk memahami konsep e-commerce, navigasi aplikasi, serta strategi pemasaran digital. Kondisi ini sejalan dengan temuan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa digital divide masih menjadi tantangan signifikan di wilayah luar Jawa, terutama dalam konteks pemanfaatan teknologi untuk kegiatan produktif.

Kendala kedua adalah mekanisme jaringan internet yang tidak stabil. Meskipun kegiatan dilaksanakan di lingkungan kampus, sebagian mahasiswa mengalami keterbatasan perangkat dan koneksi saat sesi praktik, terutama ketika mengakses atau mengunggah konten toko online. Hambatan teknis seperti ini lazim terjadi dalam pelatihan digital di mana kualitas jaringan dan kapasitas perangkat peserta tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh tim pelaksana.

Selain itu, perbedaan latar belakang usaha juga menjadi tantangan tersendiri. Tidak semua mahasiswa telah memiliki produk yang siap dipasarkan, sehingga beberapa peserta mengalami kesulitan saat diminta menyiapkan materi pemasaran seperti foto produk, deskripsi, dan strategi branding. Kendala ini wajar mengingat sebagian peserta masih berada pada tahap awal proses kewirausahaan dan belum memiliki basis usaha yang stabil.

Kendala lainnya adalah terbatasnya pengalaman peserta dalam mengelola bisnis online secara konsisten. Walaupun pelatihan mampu meningkatkan pemahaman awal, proses mempertahankan operasional toko online dan merespons dinamika pasar memerlukan komitmen jangka panjang yang tidak dapat dicapai hanya dalam satu kali pelatihan. Literatur pemberdayaan digital juga menegaskan bahwa keberlanjutan usaha digital sangat dipengaruhi oleh faktor pribadi peserta seperti waktu, kedisiplinan, dan kemampuan adaptasi.

Secara keseluruhan, hambatan-hambatan ini merupakan faktor eksternal yang secara logis muncul dalam kegiatan pelatihan berbasis teknologi digital. Kendala tersebut tidak mencerminkan kelemahan pelaksanaan kegiatan, melainkan menggambarkan tantangan struktural yang memang umum terjadi pada kelompok dengan akses digital yang terbatas. Meskipun demikian, pelatihan ini tetap memberikan dampak positif karena mampu membantu peserta mengatasi sebagian besar hambatan tersebut melalui peningkatan pengetahuan, praktik langsung, serta pendampingan intensif selama kegiatan berlangsung.

### **KESIMPULAN**

Program pelatihan e-commerce dan pemasaran digital bagi mahasiswa UWKS dari luar Jawa berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk

memasarkan produk. Peserta mampu memahami konsep dasar e-commerce, tren bisnis online, serta strategi pemasaran yang relevan, dan berhasil mempraktikkannya melalui pembuatan akun bisnis di platform Shopee. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan efektif dalam mengatasi keterbatasan akses informasi dan infrastruktur yang sebelumnya menjadi hambatan bagi mahasiswa luar Jawa. Dengan kemampuan baru ini, mahasiswa menjadi lebih kompetitif, memiliki peluang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasar, serta mampu mengembangkan usaha secara mandiri. Secara keseluruhan, kegiatan ini mencapai tujuan utama dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan literasi bisnis digital mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, V. Y. P., & Mulyodiputro, M. D. (2023). Pelatihan E-Commerce dan Marketplace Bagi Masyarakat Muda Desa Dasan Baru Kediri. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(1), 1–6.
- Carina, T., Rengganis, R. R. M. Y. D., Mentari, N. M. I., Munir, F., Silaen, M. F., Siwiyanti, L., ... Challen, A. E. (2022). *Percepatan digitalisasi UMKM dan koperasi*. Tohar Media.
- Destianah, L. (2021). Capability in Utilizing Social Media as a Promotion Strategy for Increasing the UMKM Economy. *Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 3(1), 17–26.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., AR, N. R. J., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42–50.
- Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Gudiato, C., Sediyo, E., & Sembiring, I. (2022). Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode SWOT. *Journal of Information Technology*, 2(1), 6–10.
- Hardiyanti, A. A. (2023). *Pengaruh Customer Capital dan Orientasi Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar)* (Doctoral dissertation). Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Hermawan, E. (2023). Competitive Strategy, Competitive Advantages, dan Marketing Performance pada E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 1–13.
- Prahendratno, A., Aulia, M. R., Erwin, E., Setiawan, Z., Rijal, S., Rosdaliva, M., ... Rahmawati, E. (2023). *STRATEGI BISNIS DIGITAL: Optimalisasi & Otomatisasi Sebuah Bisnis Menggunakan Media Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sudarso, A., Purba, B., Ardiana, D. P. Y., Manullang, S. O., Karim, A., Purba, P. B., ... Jamaludin, J. (2020). *Konsep e-bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Zaidan, N., Salsabila, A., Fahri, B. A., Sinaga, J. F., Syahputra, R. A., Wadeng, T., ... Al Azhari, M. R. (2023). *Kewirausahaan era digital*. Indonesia Emas Group.