

## Meningkatkan potensi Desa Simpang Tiga melalui *e-commerce* produk unggulan melalui pendekatan *asset based community development*

Fransiskus Panca Juniawan<sup>1\*</sup>, Aurellia Valentcia<sup>2</sup>, Dwita Putri Septiani<sup>2</sup>, Chaca Ananda Putri<sup>2</sup>, Ismail Maziidi<sup>2</sup>, Frizki Amando Pasha<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Teknologi Informasi, FST, Universitas Bangka Belitung, Bangka

<sup>2</sup> Mahasiswa Program Studi Teknologi Informasi, FST, Universitas Bangka Belitung, Bangka

[fransiskuspj@ubb.ac.id](mailto:fransiskuspj@ubb.ac.id)

### Abstract

Simpang Tiga Village has the potential for superior products such as pelawan mushrooms, pelawan honey, and red rice with high economic value, but product marketing is still carried out conventionally so that market reach is limited and has an impact on community income that is not optimal. In addition, the low digital literacy of the community and the absence of digital-based marketing media are obstacles in developing the village economy. This community service activity aims to increase the economic potential of Simpang Tiga Village through the implementation of an e-commerce website for the village's superior products using the Asset Based Community Development (ABCD) approach. The implementation method is carried out through five ABCD stages, namely identifying village assets, strengthening village assets, mapping and developing networks, developing action plans, and implementing and evaluating activities. Activities carried out include developing an e-commerce website, training on website usage, and digital marketing assistance to the community and BUMDes managers. The results of the activity show that the e-commerce website is able to help promote the village's superior products digitally and increase community understanding of digital marketing. Based on the results of the evaluation of 23 participants, the average understanding score increased from 48.69 in the pre-test to 86.00 in the post-test with a percentage increase of 74,57%. This activity demonstrates that the ABCD approach is capable of supporting the development of a village economy based on local assets through the participatory and sustainable use of digital technology.

**Keywords:** e-commerce website; asset-based community-driven development; simpang tiga village; village potential enhancement; village featured products

### Abstrak

Desa Simpang Tiga memiliki potensi produk unggulan berupa jamur pelawan, madu pelawan, dan beras merah yang bernilai ekonomi tinggi, namun pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan berdampak pada penghasilan masyarakat yang belum maksimal. Selain itu, rendahnya literasi digital masyarakat dan belum adanya media pemasaran berbasis digital menjadi kendala dalam pengembangan ekonomi desa. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan potensi ekonomi Desa Simpang Tiga melalui implementasi website e-commerce produk unggulan desa menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Metode pelaksanaan dilakukan melalui lima tahapan ABCD, yaitu identifikasi aset desa, penguatan aset desa, pemetaan dan pengembangan jejaring, pengembangan rencana aksi, serta pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Kegiatan yang dilakukan meliputi pengembangan website e-commerce, pelatihan penggunaan website, dan pendampingan pemasaran digital kepada masyarakat dan pengelola BUMDes. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website e-commerce mampu membantu promosi produk unggulan desa secara digital dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pemasaran digital. Berdasarkan hasil evaluasi terhadap 23 peserta, rata-rata nilai pemahaman meningkat dari 48,69 pada pre-test menjadi 86,00 pada post-test dengan persentase peningkatan sebesar 74,57%. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan

ABCD mampu mendukung pengembangan ekonomi desa berbasis aset lokal melalui pemanfaatan teknologi digital secara partisipatif dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** website e-commerce; asset based community development; desa simpang tiga; peningkatan potensi desa; produk unggulan desa

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk pada sektor ekonomi masyarakat pedesaan. Transformasi digital menjadi salah satu strategi yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Digitalisasi desa tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup peningkatan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas ekonomi dan pembangunan desa secara berkelanjutan. Pemanfaatan teknologi digital dalam bentuk website dan e-commerce mampu membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produk unggulan desa sehingga tidak hanya bergantung pada pemasaran konvensional.

Desa Simpang Tiga yang terletak di Kecamatan Simpang Teritip, Kabupaten Bangka Barat, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki berbagai potensi sumber daya lokal yang bernilai ekonomi tinggi. Produk unggulan desa seperti jamur pelawan, madu pelawan, dan beras merah merupakan komoditas khas yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah, seperti yang ditampilkan pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Produk Unggulan Desa Simpang Tiga a) Jamur Pelawan; b) Madu Pelawan; c) Beras Merah

Namun demikian, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan sistem pemasaran yang masih dilakukan secara tradisional. Dari hasil wawancara kepada Kepala Desa (Gambar 4a), masyarakat (Gambar 4b), beserta pengelola BUMDes (Gambar 5b), diketahui bahwa sebagian besar produk desa hanya dipasarkan melalui toko desa atau dijual kepada pihak ketiga dengan harga relatif rendah. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas

sehingga nilai ekonomi produk unggulan desa belum mampu memberikan dampak maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam mendukung pengembangan ekonomi desa, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) memiliki peran strategis sebagai penggerak ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal. BUMDes dapat menjadi media pengelolaan, promosi, dan distribusi produk unggulan desa secara lebih terstruktur. Akan tetapi, pengelolaan pemasaran produk Desa Simpang Tiga masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital masyarakat, kurangnya pemanfaatan media pemasaran digital, serta belum adanya sistem e-commerce yang mampu menghubungkan produk desa dengan pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan masyarakat yang tidak hanya berorientasi pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada penguatan kapasitas masyarakat dan kelembagaan desa dalam mengelola aset lokal secara mandiri.

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya telah membahas implementasi e-commerce dan digital marketing untuk mendukung pengembangan produk UMKM dan produk unggulan desa. Kegiatan yang dilakukan oleh Andi Walfiah membahas mengenai penerapan e-commerce sebagai media transaksi digital yang terbukti mampu meningkatkan efektivitas pemasaran produk (Wafiah & Masnur, 2025). Selain itu, kegiatan pengabdian oleh Agung Baitul Hikmah dkk menunjukkan bahwa sinergi dari e-commerce dan digital marketing dapat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat menuju smart village (Hikmah et al., 2024). Hasil kegiatan lain juga menunjukkan bahwa website mampu menjadi media promosi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas produk UMKM dan memperluas jangkauan pemasaran produk (Hadi & Samsudin, 2025).

Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan pengabdian sebelumnya masih berfokus pada aspek implementasi teknologi dan pelatihan penggunaan sistem e-commerce secara umum. Pendekatan yang digunakan cenderung berorientasi pada penyelesaian masalah (*Problem Based Approach*) dan belum banyak mengintegrasikan pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis aset lokal. Selain itu, sebagian besar kegiatan belum menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengembangan dan pemanfaatan teknologi digital desa. Kondisi tersebut menyebabkan keberlanjutan program sering kali bergantung pada pihak eksternal dan kurang memaksimalkan potensi lokal yang dimiliki desa.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini menawarkan pendekatan yang berbeda melalui penerapan metode *Asset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ABCD merupakan metode pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada identifikasi dan pengembangan aset yang dimiliki komunitas sebagai modal utama pembangunan (Zunaidi, 2024). Pendekatan ini menekankan bahwa masyarakat memiliki kekuatan, kemampuan, dan sumber daya yang dapat dikembangkan untuk menyelesaikan permasalahan secara mandiri. Selain itu penerapan metode ini terbukti

menghadirkan perubahan positif yang signifikan dalam pemberdayaan masyarakat desa (Adinugraha et al., 2024).

Penerapan pendekatan ABCD pada kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi aset desa, penguatan aset desa, pemetaan dan pengembangan jejaring, pengembangan rencana aksi, serta pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Pada tahap identifikasi aset dilakukan pemetaan terhadap potensi unggulan desa berupa jamur pelawan, madu pelawan, dan beras merah beserta sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaannya. Tahap penguatan aset dilakukan melalui pelatihan penggunaan website e-commerce, pengenalan pemasaran digital, serta peningkatan kemampuan masyarakat dalam mengelola produk secara digital. Selanjutnya dilakukan pengembangan jejaring antara masyarakat, perangkat desa, dan BUMDes untuk mendukung keberlanjutan pemasaran produk unggulan desa melalui media digital. Pendekatan ini diharapkan mampu menciptakan sistem pemasaran yang lebih mandiri, partisipatif, dan berkelanjutan.

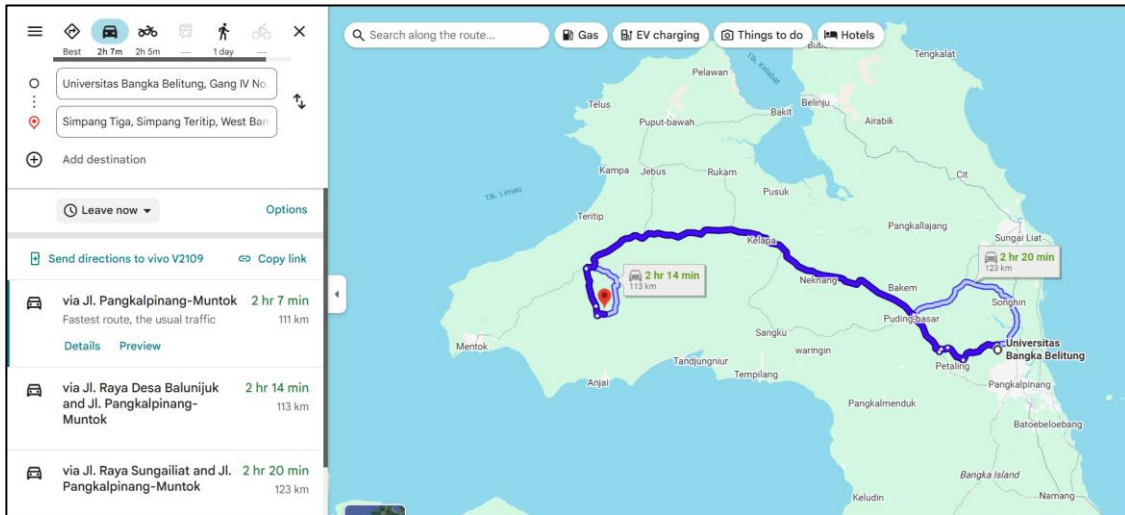
Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan potensi ekonomi Desa Simpang Tiga melalui implementasi website e-commerce produk unggulan desa berbasis pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, memperkuat kapasitas BUMDes dalam pengelolaan pemasaran digital, memperluas jangkauan pemasaran produk unggulan desa, serta menciptakan model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi informasi yang berkelanjutan. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah tersedianya media pemasaran digital berbasis website untuk produk unggulan desa, meningkatnya kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital, serta meningkatnya potensi pengembangan ekonomi desa melalui pemanfaatan aset lokal secara optimal.

Kebaruan (novelty) dari kegiatan pengabdian ini terletak pada integrasi pendekatan ABCD dengan implementasi website e-commerce sebagai media pengembangan potensi desa berbasis aset lokal. Pengabdian ini tidak hanya berfokus pada pembangunan sistem teknologi, tetapi juga pada penguatan kapasitas masyarakat dan optimalisasi peran BUMDes dalam pengelolaan pemasaran digital produk unggulan desa. Selain itu, kegiatan ini memungkinkan masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam pengembangan dan pengelolaan sistem pemasaran digital berbasis aset lokal desa. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan sistem teknologi berupa website, tetapi juga meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi secara mandiri.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Simpang Tiga, Kecamatan Simpang Teritip, Kabupaten Bangka Barat, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Jarak Desa Simpang Tiga dengan homebase tim pengabdian, yakni Universitas

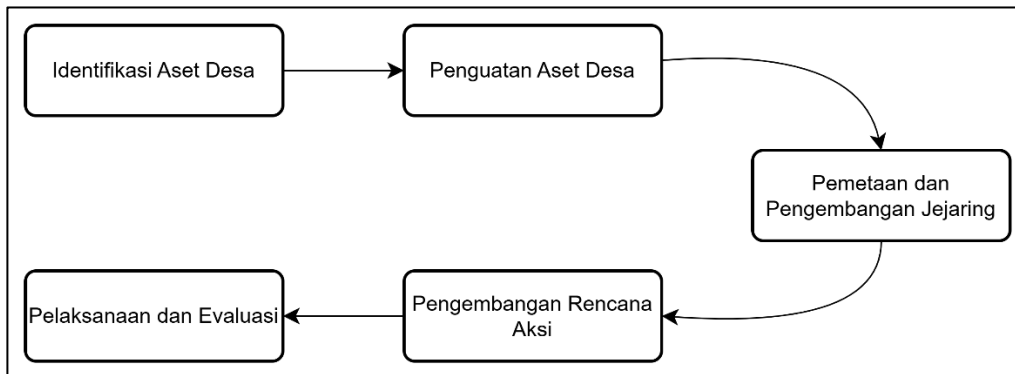
Bangka Belitung adalah 113 kilometer sebagaimana ditampilkan Gambar 2. Desa Simpang Tiga merupakan salah satu desa yang memiliki potensi sumber daya lokal yang cukup besar, khususnya pada sektor produk unggulan desa seperti jamur pelawan, madu pelawan, dan beras merah. Meskipun memiliki potensi ekonomi yang tinggi, pemasaran produk unggulan desa masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas. Pemilihan lokasi pengabdian didasarkan pada kebutuhan masyarakat dan BUMDes terhadap media pemasaran digital yang dapat membantu memperluas promosi dan penjualan produk unggulan desa.



Gambar 2. Peta Lokasi Desa Simpang Tiga

Adapun pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini sejumlah 26 orang yang terdiri dari perangkat desa, pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), pelaku usaha produk unggulan desa, serta masyarakat Desa Simpang Tiga yang terlibat dalam pengelolaan dan pemasaran produk unggulan desa mulai dari jamur pelawan, madu pelawan, hingga beras merah.

Keterlibatan perangkat desa dan BUMDes bertujuan untuk mendukung keberlanjutan program digitalisasi pemasaran produk unggulan desa. Sementara itu, keterlibatan masyarakat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan literasi digital dan pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung pemasaran produk secara mandiri.



Gambar 3. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ABCD merupakan metode pemberdayaan masyarakat yang melibatkan serta memberdayakan individu-individu dan kelompok-kelompok dalam komunitas desa untuk mengambil peran aktif dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi inisiatif pembangunan (Qusairi et al., 2025). Dalam kegiatan ini, pendekatan ABCD digunakan untuk mengoptimalkan potensi produk unggulan desa melalui implementasi website e-commerce dan pelatihan penggunaan sistem pemasaran digital. Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri dari lima tahapan utama sebagaimana Gambar 3, yaitu identifikasi aset desa, penguatan aset desa, pemetaan dan pengembangan jejaring, pengembangan rencana aksi, serta pelaksanaan dan evaluasi kegiatan.

### 1. Identifikasi Aset Desa

Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi potensi dan aset yang dimiliki Desa Simpang Tiga. Kegiatan ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan diskusi bersama perangkat desa, pengelola BUMDes, dan masyarakat. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Desa Simpang Tiga memiliki beberapa produk unggulan yang berpotensi dikembangkan, yaitu jamur pelawan, madu pelawan, dan beras merah. Hal ini sesuai dengan yang tertuang pada dokumen Rencana Pengembangan Jangka Menengah Desa (RPJMDes) seperti ditampilkan Gambar 4c. Selain aset produk unggulan, ditemukan pula aset pendukung berupa keberadaan BUMDes, partisipasi masyarakat, dan dukungan pemerintah desa terhadap pengembangan pemasaran digital.



**Gambar 4.** Tahapan Identifikasi Aset Desa a) Wawancara Kepala Desa; b) Wawancara dengan Masyarakat; c) Dokumen RPJMDes

### 2. Penguatan Aset Desa

Tahap selanjutnya dilakukan melalui penguatan kapasitas masyarakat dan pengelola BUMDes dalam kaitannya dengan aset desa yang telah diidentifikasi. Tim pengabdian bersama masyarakat, perangkat desa, serta BUMDes duduk bersama untuk melakukan koordinasi penguatan potensi desa melalui digitalisasi produk unggulan melalui website seperti ditampilkan pada Gambar 5a. Adapun hal yang ditekankan adalah kapasitas produksi, manajemen stok, serta manajemen usaha.



**Gambar 5.** Tahapan Penguatan Aset Desa a) Diskusi Dengan Masyarakat dan Perangkat Desa; b) Diskusi dengan BUMDes Simpang Tiga

### 3. Pemetaan dan Pengembangan Jejaring

Pada tahap ini dilakukan pengembangan jejaring kerja sama antara tim pengabdian, pemerintah desa, BUMDes, dan masyarakat. Pengembangan jejaring dilakukan untuk mendukung keberlanjutan pengelolaan website e-commerce dan memperluas promosi produk unggulan desa. Selain itu, dilakukan pemetaan potensi pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan melalui media sosial dan platform digital lainnya sebagai pendukung pemasaran produk desa. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memperkuat kolaborasi antara masyarakat, BUMDes, maupun pihak lain di masyarakat dalam pengelolaan pemasaran produk unggulan desa secara berkelanjutan (Istalamatunnada et al., 2023).

### 4. Pengembangan Rencana Aksi

Tahap pengembangan rencana aksi dilakukan dengan menyusun strategi implementasi website e-commerce sesuai kebutuhan masyarakat dan BUMDes. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan perancangan fitur website yang meliputi katalog produk, informasi produk unggulan desa, pengelolaan transaksi, dan media promosi digital. Selain pengembangan website, disusun pula rencana pelatihan penggunaan website dan pendampingan pengelolaan sistem e-commerce bagi perangkat desa dan pengelola BUMDes. Rencana aksi disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan masyarakat dan potensi aset desa yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya.

### 5. Pelaksanaan dan Evaluasi

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui implementasi website e-commerce dan pelaksanaan pelatihan penggunaan sistem kepada masyarakat dan pengelola BUMDes. Kegiatan pelatihan penggunaan meliputi pengenalan fitur website, simulasi pengelolaan produk, penambahan stok, pengelolaan transaksi, serta pemanfaatan website sebagai media promosi produk unggulan desa. Terdapat 9 soal pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta dimana setiap soal mewakili satu kategori seperti ditunjukkan pada Tabel 1 dan perhitungan hasil rata-rata menggunakan rumus 1. Setelah kegiatan dilaksanakan, dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keberhasilan kegiatan pengabdian. Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada peserta kegiatan untuk mengukur pemahaman terkait penggunaan e-commerce, pemasaran digital, dan manfaat website dalam mendukung pengembangan produk unggulan desa. Hasil evaluasi digunakan sebagai

bahan analisis terhadap efektivitas kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, serta bahan pendampingan pengelolaan website.

**Tabel 1.** Indikator dan Pertanyaan Pre-Test dan Post-Test

No.	Indikator Pertanyaan	Kategori	Pertanyaan
1	Pemahaman konsep dasar e-commerce	Literasi Digital	Saya merasa paham mengenai konsep dasar e-Commerce?
2	Pemahaman manfaat pemasaran digital	Pemasaran Digital	Saya merasa paham mengenai manfaat dari pemasaran secara digital?
3	Kemampuan menggunakan website e-commerce	Penggunaan Sistem	Saya merasa mampu menggunakan website e-commerce
4	Pemahaman pengelolaan produk dan stok pada website	Manajemen Produk	Saya merasa paham mengenai pengelolaan produk dan stok pada website
5	Pemahaman proses transaksi online	Transaksi Digital	Saya merasa paham mengenai proses transaksi secara online
6	Pemahaman keamanan transaksi digital	Keamanan Sistem	Saya merasa paham mengenai keamanan transaksi secara digital
7	Pemahaman penggunaan media digital untuk promosi	Promosi Digital	Saya merasa paham terhadap penggunaan media digital untuk promosi
8	Pemahaman peran BUMDes dalam pemasaran produk	Pemberdayaan Desa	Saya merasa paham terkait peran BUMDes dalam pemasaran produk
9	Ketertarikan menggunakan website untuk pemasaran produk	Adopsi Teknologi	Saya merasa tertarik menggunakan website untuk pemasaran produk

Dengan rumus perhitungan rata-rata nilai Pre-Test dan Post-Test sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N} \quad (1)$$

dimana:

$\bar{X}$  = rata – rata nilai

$\sum$  = jumlah seluruh nilai

N = jumlah peserta

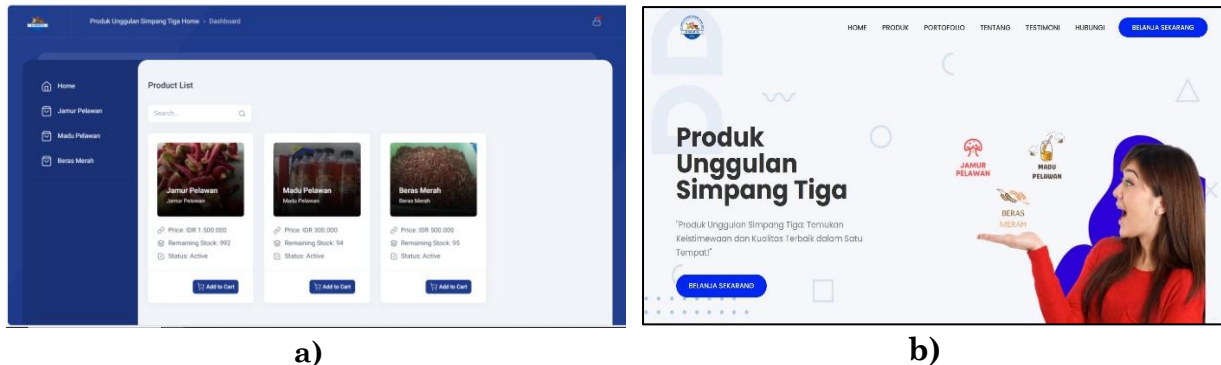
Pendampingan menjadi kegiatan terakhir dari tahapan kelima ini, dimana dilakukan secara daring melalui Whatsapp Group yang berisi masyarakat penjual produk unggulan, tim pengabdian, perwakilan BUMDes, serta perangkat desa. Pendampingan bertujuan untuk mengetahui apakah ada kendala dan hambatan yang dialami peserta setelah dikelola secara mandiri.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Implementasi Website E-Commerce Produk Unggulan Desa

Hasil utama dari kegiatan pengabdian ini adalah implementasi website e-commerce sebagai media pemasaran digital produk unggulan Desa Simpang Tiga. Website yang dikembangkan memiliki beberapa fitur utama berupa katalog produk, informasi produk

unggulan desa, pengelolaan stok produk, dan media promosi digital sebagaimana Gambar 6. Website ini dirancang agar dapat digunakan oleh pengelola BUMDes maupun masyarakat secara sederhana dan mudah dipahami.



**Gambar 6.** Tampilan Antarmuka Website Produk Unggulan Desa a) Halaman Produk Unggulan; b) Halaman Informasi Produk Desa

Website tersebut juga telah diresmikan oleh Kepala Desa Simpang Tiga, Bapak Sartojoyo, pada tanggal 8 November 2026 sebagaimana yang ditampilkan pada Gambar 7.



**Gambar 7.** Kegiatan Peresmian Website Produk Desa a) Peresmian Secara Simbolis; b) Kegiatan Peresmian dihadiri Masyarakat

### 3.2 Pelatihan Penggunaan Website

Pelatihan penggunaan dilaksanakan dengan tujuan agar pengguna menguasai cara pakai dari website yang telah diterapkan. Pengguna terkait adalah staf BUMDes sebagai admin serta masyarakat sebagai penjual produk unggulan. Setelah dilakukan peresmian website, selanjutnya 23 orang peserta mengikuti pelatihan penggunaan yang diadakan di Ruang Balai Desa Simpang Tiga. Pelatihan penggunaan website terlaksana selama kurang lebih 3 jam yang dipimpin oleh ketua tim pengabdian yang didampingi seluruh anggota tim pengabdian. Selama waktu tersebut peserta diminta mengerjakan pre-Test terlebih dahulu untuk mengetahui kondisi pemahaman peserta. Selanjutnya didemonstrasi cara pakai website, dan selanjutnya diberikan kesempatan untuk melakukan percobaan pengelolaan akun website secara mandiri yang didampingi tim pengabdian. Peserta juga diperbolehkan untuk mengajukan pertanyaan apabila

mengalami kendala. Barulah diakhir kegiatan peserta diminta kembali untuk mengisi Post-Test sehingga dapat diukur peningkatan pemahaman peserta sesuai tujuan kegiatan ini. Dengan menggunakan rumus 1, maka dihitung nilai pre-test sebagai berikut:

$$X^- = \frac{1120}{23} = 48,69$$

Sedangkan hasil post-test adalah sebagai berikut:

$$X^- = \frac{1978}{23} = 86,00$$

Selanjutnya dihitung persentase peningkatan pemahaman dengan menggunakan rumus 2.

$$P = \frac{Posttest - Pretest}{Pretest} * 100\% \quad (2)$$

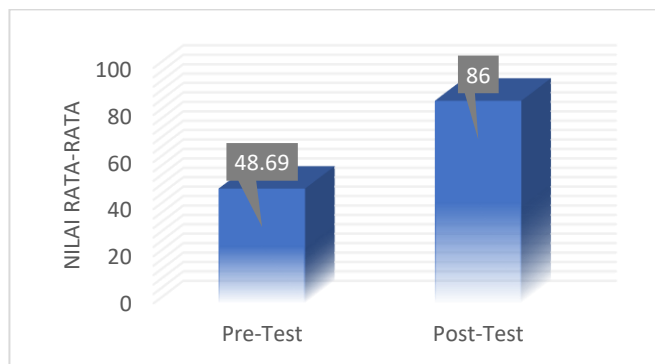
Dimana:

P = Persentase peningkatan  
 Posttest = nilai rata-rata posttest  
 Pretest = nilai rata-rata pretest

Maka didapat presentase peningkatan sebagai berikut:

$$P = \frac{Posttest - Pretest}{Pretest} * 100\% = \frac{86,00 - 48,69}{48,69} * 100\% = 74,57\%$$

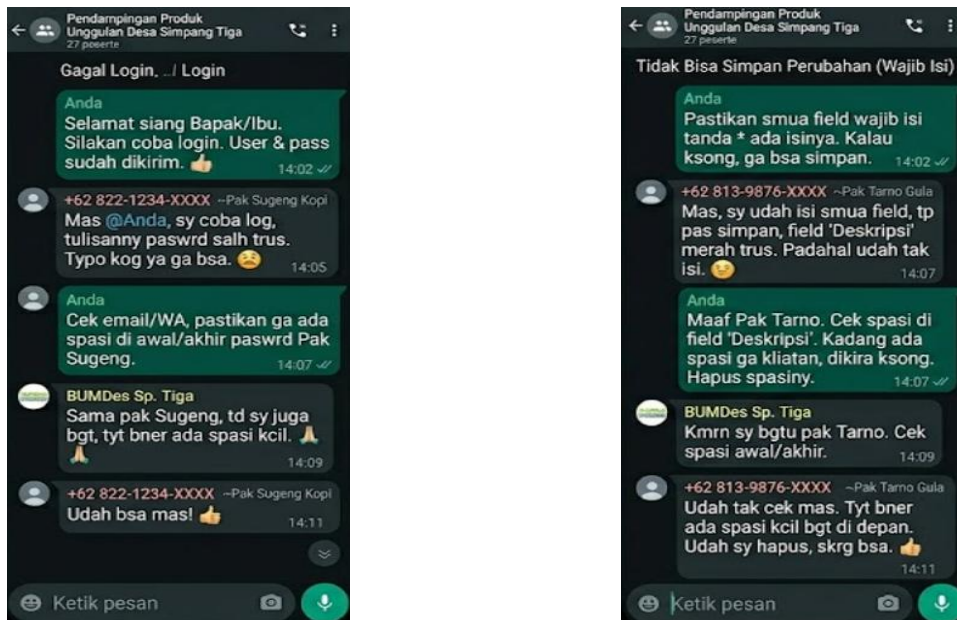
Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman yang rendah terkait konsep e-commerce, pemasaran digital, dan penggunaan website sebagai media pemasaran produk unggulan desa. Hal tersebut terlihat dari rata-rata nilai pre-test sebesar 48,69 yang menunjukkan bahwa masyarakat belum terbiasa menggunakan teknologi digital untuk mendukung aktivitas pemasaran produk. Setelah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, rata-rata nilai post-test meningkat menjadi 86,00 sebagaimana ditampilkan pada Gambar 8. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam memahami penggunaan website e-commerce, pengelolaan produk digital, serta pemanfaatan pemasaran digital untuk mendukung pengembangan produk unggulan desa.



Gambar 8. Grafik Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test

### 3.3 Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama satu minggu setelah pelatihan penggunaan website melalui Whatsapp Group yang berisikan tim pengabdian, masyarakat penjual produk, perwakilan perangkat desa, dan perwakilan BUMDes. Hal ini dilakukan agar peserta dapat menyampaikan kepada tim pengabdian apabila terdapat kendala teknis pengelolaan website sehingga dapat langsung diberikan tindak lanjut penyelesaian. Namun, setelah masa satu minggu tersebut, peserta dan masyarakat tetap dapat berkomunikasi kepada tim pengabdian melalui kontak yang ditinggalkan. Gambar 9 menampilkan tampilan dari komunikasi antara tim pengabdian dan masyarakat penjual produk.



Gambar 9. Pendampingan Kegiatan

Hasil kegiatan yang telah dilaksanakan sejalan dengan konsep pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) yang menekankan penguatan aset dan kapasitas masyarakat sebagai dasar pengembangan komunitas. Dalam kegiatan ini, masyarakat tidak hanya diberikan teknologi berupa website e-commerce, tetapi juga diberikan

kemampuan untuk mengelola dan memanfaatkan teknologi tersebut secara mandiri. Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak hanya menghasilkan media pemasaran digital, tetapi juga meningkatkan literasi digital masyarakat dan memperkuat peran BUMDes dalam pengembangan ekonomi desa berbasis teknologi informasi. Selain itu, kegiatan ini juga memiliki kesesuaian dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang menyatakan bahwa implementasi e-commerce mampu mendukung pengembangan produk lokal desa dan memperluas jangkauan pemasaran produk (Padil et al., 2021). Website e-commerce juga dapat membantu meningkatkan promosi dan penjualan produk unggulan desa (Oktaf et al., 2026). Selain itu, pemasaran produk melalui platform digital seperti website juga mampu meningkatkan penjualan produk (Juniawan et al., 2023).

#### 4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Simpang Tiga, Kecamatan Simpang Teritip, Kabupaten Bangka Barat telah berhasil menerapkan website e-commerce sebagai media pemasaran digital produk unggulan desa melalui pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) yang terdiri dari lima tahapan. Pendekatan ABCD digunakan dengan memanfaatkan potensi dan aset lokal desa berupa jamur pelawan, madu pelawan, dan beras merah sebagai dasar pengembangan ekonomi masyarakat berbasis digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa implementasi website e-commerce mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsep e-commerce, pemasaran digital, pengelolaan produk digital, dan penggunaan website sebagai media promosi produk unggulan desa. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test terhadap 23 peserta pelatihan, diperoleh peningkatan rata-rata pemahaman peserta dari 48,69 menjadi 86,00 dengan persentase peningkatan sebesar 74,57%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan berhasil meningkatkan literasi digital masyarakat dan kesiapan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital secara mandiri. Selain itu, pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) terbukti dapat diintegrasikan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan ekonomi desa berbasis aset lokal, mulai dari peningkatan literasi digital masyarakat dan penguatan sistem pemasaran produk unggulan desa melalui pemanfaatan website e-commerce.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Universitas Bangka Belitung yang telah memberikan pendanaan melalui RKA-KL Program Studi Teknologi Informasi tahun anggaran 2026 sehingga kegiatan ini dapat dipublikasikan. Demikian juga dengan seluruh stakeholder di Desa Simpang Tiga yang telah berpartisipasi secara aktif pada setiap kegiatan yang dilaksanakan.

## 6. REKOMENDASI

Terdapat kendala pada pelaksanaan kegiatan, yakni masyarakat desa yang hanya mampu berbicara menggunakan bahasa daerah sedikit banyak berpengaruh pada proses transfer knowledge dimana mereka enggan untuk bertanya apabila mengalami kebingungan. Untuk itu kegiatan pengabdian selanjutnya perlu melakukan pendekatan yang berbeda seperti berkolaborasi dengan putra/putri asli daerah yang dapat berkomunikasi dengan lancar dengan masyarakat desa. Selain itu durasi pelaksanaan pelatihan pengguna perlu ditambah agar hasil yang diperoleh dapat lebih maksimal. Oleh karena itu tahapan perencanaan dan persiapan menjadi bagian yang krusial pada setiap pengabdian masyarakat. Dilain sisi, berdasarkan hasil kegiatan, metode ABCD dapat digunakan pada pengabdian secara berkelanjutan, karena terbukti mampu mewujudkan peningkatan potensi desa sesuai tujuan kegiatan.

## 7. REFERENSI

- Adinugraha, H. H., Masobih, I. Al, Nafiyah, I., & Anas, A. (2024). Community Empowerment in Kebanggaan Village: Asset-Based Community-Driven Development (ABCD) Approach. *Jurnal Ikhlas - Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 3(1), 58–65. <https://doi.org/10.58707/ikhlas.v3i1.994>
- Hadi, T. S., & Samsudin, A. (2025). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Media Website Berbasis Wordpress Sebagai Strategi Promosi UMKM Desa Gedangan Kabupaten Jombang. *Jurnal Sinabis*, 1(4), 1007–1013.
- Hikmah, A. B., Alawiyah, T., Fatah, H., & Wibisono, T. (2024). Menuju Smart Village Sinergi E-commerce dan Digital Marketing untuk Kesejahteraan Masyarakat Desa. *Indonesian Community Service Journal of Computer Science (IndoComs)*, 1(2), 12–16. <https://doi.org/10.31294/indocoms.v1i2.3430>
- Istalamatunnada, I., Azzahro, F., Yuniati, K., Lustiani, F., & Nugraha, N. (2023). Mengembangkan Potensi UMKM Menggunakan Teknik ABCD Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jurnal Abdifomatika*, 3(2), 61–66. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v3i2.201>
- Juniawan, F. P., Mayasari, M. S., Pradana, H. A., Tommy, L., & Sylfania, D. Y. (2023). Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Kace Timur, Bangka. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 06(01), 17–25. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i1.8649>
- Oktaf, G. E., Saputra, N. D., Alauddin, F. A., & Puspitaningrum, D. C. (2026). Pemberdayaan Pelaku UMKM Desa Mangli Kecamatan Kaliangkrik dalam Pengembangan Promosi Melalui E-Commerce. *Jurnal Bina Desa*, 8(1), 101–109. <https://doi.org/10.15294/jurnalbinadesa.v8i1.12762>
- Padil, M., Miftahusyai, M., & Mulyoto, G. P. (2021). Pendampingan Pemasaran Digital Hasil Usaha Badan Usaha Milik Desa “Selo Angon Makmur” dalam Pemberdayaan Masyarakat Terdampak Pandemi Covid-19. *Engagement*, 05(01), 250–267. <https://doi.org/10.52166/engagement.v5i1.511>
- Qusairi, A., Arsyillah, B. T., Anwar, K., & Yakup, A. (2025). Penggunaan Metode ABCD untuk Peningkatan Partisipasi Masyarakat di Desa Tandon Sentul. *Filantropis*, 01(01), 89–98. <https://doi.org/10.38073/filantropis.v1i1.3443>

- Wafiah, A., & Masnur, M. (2025). Penerapan E-Commerce Untuk Pemasaran Ayam Broiler Organik Muhammadiyah ( BRONIKMU ) Kota Parepare. *Jurnal Altifani*, 5(3), 247–256. <https://doi.org/10.59395/altifani.v5i3.702>
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat* (1st ed.). Yayasan Putra Adi Dharma.