

Pengenalan E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL MELALUI PLATFORM SHOPEE BAGI ANGGOTA FORUM KOMUNIKASI DISABILITAS JETIS MAKMUR (FKDJM)

Introduction To E-Commerce As A Digital Marketing Channel Through The Shopee Platform For Members Of The Jetis Makmur Disability Communication Forum (FKDJM)

Ashfi Fauziani Ilahiya¹, Annisa Nur Hidayah², Indah Wardah Shomita³, Masyitha Rahayu Kinanti⁴, Aditya Wisnu Himawan⁵, SettingsTunjung Khairul Huda⁶, Febrianta Surya Nugraha⁷.

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

*koresponden author : annisanurhidayah200@gmail.com

ABSTRACT. Digital technology provides opportunities for business owners to expand their marketing through e-commerce, but using it requires basic knowledge and skills. This community service activity aims to introduce e-commerce as a digital marketing medium and teach members of the Jetis Makmur Disability Communication Forum (FKDJM) how to use Shopee. The activity was held on July 27, 2026, at the FKDJM Secretariat in Jetis, South Klaten, with 14 members participating. The method used was a descriptive approach involving lectures, discussions, and hands-on practice using Shopee. The material covered the concept of e-commerce, types and examples of platforms, and the basics of using Shopee. Two participants took part in the hands-on practice, with one successfully completing the process of creating a seller account and entering complete product information. The results of the activity revealed differences in participants' engagement and skills throughout the activity. Future e-commerce training should be conducted in a phased, practical, and inclusive manner, tailored to the participants' needs.

Keywords: E-commerce; Digital Marketing; Shopee; Disability; Digital Literacy

ABSTRAK. Teknologi digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan pemasaran melalui e-commerce, namun penggunaannya memerlukan pengetahuan dan keterampilan dasar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengenalan e-commerce sebagai media pemasaran digital serta penggunaan Shopee kepada anggota Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM). Kegiatan dilaksanakan pada 27 Juli 2026 di Sekretariat FKDJM, Jetis, Klaten Selatan, dengan melibatkan 14 anggota. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif melalui penyampaian materi, diskusi, dan praktik penggunaan Shopee. Materi mencakup pengertian e-commerce, jenis dan contoh platform, serta penggunaan dasar Shopee. Praktik diikuti secara langsung oleh dua peserta, dengan satu peserta berhasil mengikuti proses pembuatan akun penjual dan pengisian informasi produk secara lengkap. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perbedaan keterlibatan dan kemampuan peserta selama kegiatan. Pengenalan e-commerce selanjutnya perlu dilakukan secara bertahap, praktis, dan inklusif sesuai kebutuhan peserta.

Kata Kunci: E-Commerce; Pemasaran Digital; Shopee, Disabilitas, Literasi Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aktivitas ekonomi, termasuk dalam cara pelaku usaha memasarkan dan menjual produk. Pemasaran yang sebelumnya dilakukan melalui toko fisik, penjualan secara langsung, maupun promosi dari mulut ke mulut kini dapat dikembangkan melalui media digital. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pemasaran adalah *e-commerce*. *E-commerce* memungkinkan proses jual beli dilakukan secara daring, mulai dari penyampaian informasi produk, komunikasi dengan konsumen, pemesanan, pembayaran, hingga pengelolaan pengiriman. Pemanfaatan *e-commerce* dapat menjadi salah satu alternatif bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan akses terhadap konsumen tanpa terbatas oleh jarak dan waktu.

Pemanfaatan *e-commerce* dalam kegiatan usaha tidak hanya membutuhkan perangkat dan akses internet, tetapi juga pengetahuan serta keterampilan dasar dalam mengoperasikannya. Pelaku usaha perlu memahami cara membuat akun penjual, mengunggah foto produk, menyusun deskripsi produk, menentukan harga, mengatur stok, menerima pesanan, serta memahami proses pengiriman. Oleh karena itu, pengenalan dan pelatihan penggunaan platform *e-commerce* menjadi penting, khususnya bagi masyarakat yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Salah satu platform yang dapat dimanfaatkan adalah Shopee, yang menyediakan berbagai fitur untuk mendukung kegiatan penjualan secara daring, seperti pembuatan toko, pengunggahan produk, pengaturan harga dan stok, komunikasi dengan konsumen, serta pengelolaan pesanan.

Sejumlah kegiatan terdahulu menunjukkan bahwa pendampingan penggunaan marketplace dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Tusyanah et al. melaporkan bahwa pendampingan penggunaan marketplace dapat membantu pelaku UMKM dalam membuat dan mengelola akun penjual. Sementara itu, kegiatan pendampingan di Kelurahan Kebonsari, Surabaya, menunjukkan bahwa metode ceramah, demonstrasi, praktik, dan pendampingan dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan Shopee sebagai media pemasaran produk (Indira et al., 2022). Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* perlu diperkenalkan melalui pembelajaran yang sederhana dan disertai praktik agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha.

Penelitian lain juga memperkuat temuan tersebut, seperti penelitian yang dilakukan oleh Priska (2026) dalam studi tentang implementasi *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital menunjukkan bahwa adopsi platform daring berkontribusi

terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan kapasitas pemasaran pelaku usaha (Priska Wulan Ndari1 et al., 2026). Penelitian oleh Sartika (2026) juga menunjukkan bahwa penerapan *e-commerce* bagi UMKM sebagai strategi pemasaran digital dalam menghadapi revolusi industri 4.0 dapat meningkatkan visibilitas produk dan membuka peluang lebih luas (Ranti Sartika, 2026). Perspektif yang lebih luas, dijelaskan dalam penelitian Aryani (2025) menekankan bahwa digitalisasi dan pembangunan sosial, termasuk pemanfaatan teknologi dalam kegiatan ekonomi, memiliki peran penting dalam transformasi masyarakat di era teknologi, di mana peningkatan literasi digital menjadi salah satu syarat agar manfaat teknologi dapat dirasakan secara lebih merata (Aryani et al., 2025).

Meskipun *e-commerce* memberikan berbagai peluang dalam pemasaran, namun belum semua pelaku usaha memiliki kemampuan untuk memanfaatkannya secara optimal. Kesulitan dalam membuat akun penjual, menyiapkan informasi produk, menentukan harga, mengatur stok, serta memahami proses pemesanan dan pengiriman dapat menjadi hambatan dalam penggunaan *e-commerce*. Kondisi tersebut juga dapat ditemukan pada kelompok masyarakat penyandang disabilitas yang memiliki kebutuhan pembelajaran dan pengalaman penggunaan teknologi yang beragam. Herawati (2022) menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan digital marketing bagi penyandang disabilitas dapat meningkatkan keterampilan dalam melakukan promosi, mengelola konten, serta mengembangkan jangkauan pemasaran dan usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa keterampilan pemanfaatan teknologi digital dapat dikembangkan melalui kegiatan pelatihan yang dilakukan secara bertahap, praktis, dan disesuaikan dengan kondisi peserta (Herawati et al., 2022).

Kondisi tersebut menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan pengenalan *e-commerce* sebagai media pemasaran digital melalui platform Shopee bagi anggota Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM). Anggota FKDJM memiliki potensi untuk mengembangkan kegiatan usaha dan memasarkan produk, tetapi masih membutuhkan penguatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, kegiatan ini diarahkan untuk memberikan pemahaman mengenai konsep dasar, fungsi, dan manfaat *e-commerce* serta mengenalkan penggunaan Shopee sebagai salah satu media pemasaran digital. Pengenalan dilakukan secara bertahap agar peserta dapat memahami fungsi platform sekaligus memperoleh pengalaman dalam menggunakannya.

Materi kegiatan mencakup pengenalan *e-commerce*, manfaat *e-commerce* bagi kegiatan usaha, jenis platform yang dapat digunakan untuk pemasaran digital, serta pengenalan fitur-

fitur Shopee. Selain pemberian materi, peserta juga dikenalkan pada tahapan penggunaan Shopee sebagai penjual, mulai dari pembuatan akun, pengunggahan foto produk, penyusunan nama dan deskripsi produk, penentuan harga, pengaturan stok, hingga pengelolaan pesanan dan pengiriman. Pendekatan tersebut diharapkan dapat membantu peserta memahami bahwa *e-commerce* bukan hanya sebagai media untuk melihat atau membeli produk, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memasarkan dan mengembangkan usaha.

Penelitian atau kegiatan terdahulu lebih banyak membahas pemanfaatan Shopee bagi pelaku UMKM secara umum maupun digital marketing bagi penyandang disabilitas melalui media sosial. Sementara itu, kegiatan yang secara khusus memperkenalkan penggunaan dasar Shopee sebagai media *e-commerce* kepada komunitas penyandang disabilitas di tingkat lokal, khususnya anggota FKDJM, masih terbatas. Kesenjangan tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan ini. Kebaruan kegiatan terletak pada penerapan pengenalan *e-commerce* melalui Shopee yang dilakukan secara sederhana, bertahap, praktis, dengan menyesuaikan kebutuhan serta kemampuan peserta.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota FKDJM dalam mengenal dan memanfaatkan Shopee sebagai media pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan literasi digital peserta, membuka peluang pemasaran produk yang lebih luas, mendukung pengembangan usaha, serta mendorong kemandirian ekonomi anggota FKDJM melalui pemanfaatan *e-commerce*.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan pengenalan *e-commerce* sebagai media pemasaran digital melalui platform Shopee bagi anggota Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM). Pendekatan ini digunakan karena kegiatan lebih berfokus pada proses pengenalan, penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik awal penggunaan *e-commerce*, tanpa melakukan pengukuran secara kuantitatif (Navastara et al., 2022).

Kegiatan dilaksanakan di Sekretariat Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM), Wanteyan Lor RT 02 RW 08, Desa Jetis, Kecamatan Klaten Selatan, Kabupaten Klaten, pada 27 Juli 2026. Peserta kegiatan berjumlah 14 orang yang merupakan anggota FKDJM. Peserta memiliki kondisi dan kemampuan yang beragam, baik dalam hal komunikasi maupun kondisi fisik. Oleh karena itu, keterlibatan peserta selama kegiatan juga berbeda-beda sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Judul artikel: Pengenalan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Digital Melalui Platform Shopee Bagi Anggota Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (Fkdjm)

Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim melakukan komunikasi dan pengumpulan informasi mengenai kondisi serta kebutuhan masyarakat. Tim terlebih dahulu bertemu dengan pihak Desa Jetis dan memperoleh informasi mengenai keberadaan FKDJM serta kegiatan usaha yang telah dilakukan oleh anggotanya. Tim kemudian melakukan kunjungan dan komunikasi lebih lanjut dengan pihak FKDJM untuk mengetahui kebutuhan peserta. Berdasarkan informasi tersebut, diketahui bahwa anggota FKDJM membutuhkan pengenalan mengenai pemanfaatan teknologi digital, khususnya *e-commerce*, untuk mendukung pemasaran produk. Alur pelaksanaan kegiatan disajikan dalam bagan 1.



Bagan 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan kemudian dilaksanakan atas permintaan pihak FKDJM melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Materi disampaikan menggunakan media presentasi yang membahas pengertian *e-commerce*, manfaat *e-commerce*, serta berbagai platform yang dapat digunakan untuk pemasaran digital, seperti Facebook, WhatsApp Business, Instagram, dan Shopee. Pembahasan kemudian lebih difokuskan pada Shopee sebagai salah satu contoh marketplace yang dapat digunakan untuk memasarkan produk. Peserta juga diberikan informasi mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran digital, seperti foto produk, nama dan deskripsi produk, harga, pelayanan kepada konsumen, pengelolaan stok, serta proses pesanan dan pengiriman.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan demonstrasi penggunaan Shopee. Demonstrasi dilakukan dengan menunjukkan tahapan awal penggunaan Shopee sebagai media pemasaran, mulai dari pengenalan akun penjual, pengisian informasi produk, pengunggahan foto produk, penulisan deskripsi, hingga penentuan harga. Peserta diberikan kesempatan untuk mengikuti demonstrasi dan mencoba praktik secara langsung sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Data kegiatan diperoleh melalui observasi langsung dan dokumentasi. Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung dengan memperhatikan keterlibatan peserta dalam penyampaian materi, pertanyaan yang disampaikan, serta keikutsertaan dalam praktik. Dokumentasi berupa foto kegiatan dan materi presentasi digunakan sebagai data pendukung dalam menggambarkan pelaksanaan kegiatan.

Dalam pelaksanaannya, keterlibatan peserta tidak sepenuhnya sama. Beberapa peserta terlihat aktif memperhatikan materi dan mengajukan pertanyaan, sedangkan peserta lainnya lebih banyak mengikuti kegiatan melalui pengamatan terhadap materi dan demonstrasi. Pada sesi praktik, terdapat dua peserta yang mengikuti praktik penggunaan Shopee secara langsung. Perbedaan keterlibatan tersebut berkaitan dengan keberagaman kondisi fisik dan kemampuan komunikasi peserta. Oleh karena itu, partisipasi peserta tidak hanya dilihat dari praktik secara langsung, tetapi juga dari perhatian dan keterlibatan selama kegiatan berlangsung.

Kegiatan ini tidak menggunakan pre-test, post-test, maupun evaluasi kuantitatif sehingga tidak dilakukan pengukuran terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, penjualan, atau pendapatan peserta (Hajar et al., 2025). Hasil kegiatan dideskripsikan berdasarkan proses pelaksanaan, respons, dan keterlibatan peserta selama kegiatan. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi anggota FKDJM dalam mengenal *e-commerce* dan memahami pemanfaatan Shopee sebagai salah satu media pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengenalan *e-commerce* sebagai media pemasaran digital melalui platform Shopee dilaksanakan pada 27 Juli 2026 di Sekretariat Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM), Wanteyan Lor RT 02 RW 08, Jetis, Klaten Selatan. Kegiatan diikuti oleh 14 anggota FKDJM. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi dan praktik penggunaan Shopee.

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai digitalisasi dan *e-commerce* yang disampaikan oleh dua orang pemateri. Materi yang diberikan meliputi pengertian digitalisasi, pengertian dan fungsi *e-commerce*, jenis-jenis *e-commerce*, serta contoh platform yang dapat digunakan dalam pemasaran digital. Salah satu platform yang diperkenalkan adalah Shopee sebagai media yang dapat digunakan untuk memasarkan produk secara daring. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan berkaitan dengan materi yang telah disampaikan.



Gambar 1. Penyampaian materi mengenai E-commerce dan Shopee

Penyampaian materi menjadi tahap awal untuk memberikan pengenalan kepada anggota FKDJM mengenai konsep *e-commerce* dan penerapannya dalam kegiatan pemasaran. Peserta diperkenalkan pada berbagai jenis dan contoh platform *e-commerce* sehingga memperoleh gambaran mengenai media yang dapat digunakan untuk kegiatan jual beli secara digital. Pengenalan tersebut kemudian diarahkan pada Shopee sebagai salah satu platform yang digunakan dalam praktik.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik penggunaan Shopee. Praktik dilakukan dengan memperkenalkan tahapan dasar pembuatan akun penjual dan pengisian informasi produk. Tahapan yang dilakukan meliputi pembuatan akun penjual, pengunggahan foto produk, pengisian deskripsi produk, penentuan harga, serta pengisian informasi berat dan ukuran produk. Praktik dilakukan secara bertahap agar peserta dapat mengetahui proses yang diperlukan untuk menyiapkan produk pada Shopee.

Praktik penggunaan Shopee diikuti secara langsung oleh dua peserta. Dari dua peserta tersebut, satu peserta dapat mengikuti proses hingga tahap pembuatan akun penjual dan pengisian informasi produk secara lengkap, sedangkan satu peserta lainnya mengikuti proses dengan mengamati tahapan yang dilakukan. Produk yang digunakan dalam praktik telah dilengkapi dengan foto, deskripsi, harga, berat, dan ukuran. Dokumentasi pada Gambar 2 menunjukkan proses praktik penggunaan Shopee yang dilakukan selama kegiatan.



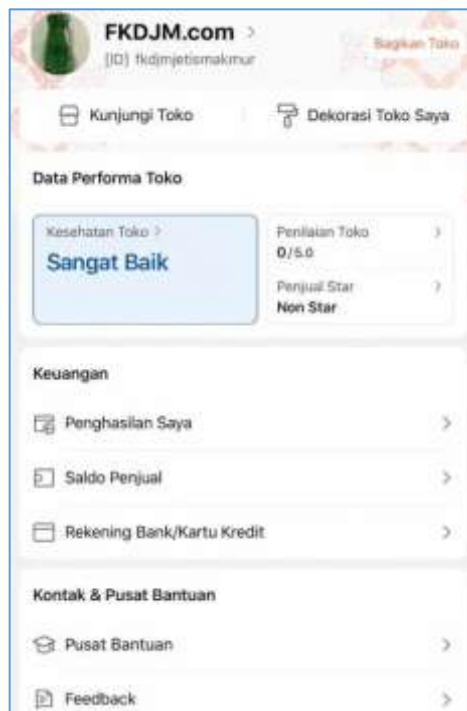
Gambar 2 Praktik pembuatan akun penjual dan pengisian produk pada Shopee

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa keterlibatan peserta dalam mengikuti praktik berbeda-beda. Perbedaan tersebut berkaitan dengan kondisi, kemampuan, dan kebutuhan belajar anggota FKDJM yang beragam. Sebagian peserta mengikuti penyampaian materi dan memperhatikan proses praktik, sedangkan praktik penggunaan Shopee secara langsung diikuti oleh dua peserta. Dari dua peserta tersebut, satu peserta dapat mengikuti proses pembuatan akun penjual dan pengisian informasi produk secara lengkap, sedangkan satu peserta lainnya mengikuti proses dengan mengamati tahapan yang dilakukan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengenalan teknologi digital pada kelompok dengan kemampuan yang beragam perlu memperhatikan cara penyampaian yang sederhana dan mudah dipahami.

Hasil kegiatan tersebut sejalan dengan penelitian Anisah yang menunjukkan bahwa pengenalan digital marketing melalui Shopee dapat dilakukan melalui tahapan penggunaan marketplace, termasuk proses pembuatan akun dan pengunggahan produk (Giati Anisah, 2021). Hal tersebut relevan dengan kegiatan di FKDJM karena praktik yang dilakukan juga memperkenalkan tahapan dasar penggunaan Shopee, khususnya pembuatan akun penjual dan pengisian informasi produk.

Penggunaan Shopee sebagai media pemasaran digital tidak hanya berkaitan dengan pembuatan akun dan pengunggahan produk. Pengguna juga perlu memahami pengelolaan informasi produk, komunikasi dengan konsumen, pengelolaan pesanan, serta fitur promosi yang tersedia. Penelitian mengenai pemasaran UMKM melalui Shopee menunjukkan bahwa berbagai fitur promosi dapat digunakan dalam kegiatan pemasaran, tetapi penggunaan marketplace juga berkaitan dengan kemampuan literasi digital penggunanya. Dalam kegiatan

FKDJM, aspek-aspek tersebut belum menjadi fokus karena kegiatan masih berada pada tahap pengenalan dasar penggunaan Shopee. Tampilan profil dan dasbor toko online ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3 Hasil Praktik Pembuatan Toko

Penyampaian materi dan praktik secara langsung memberikan pengalaman awal kepada peserta mengenai penggunaan *e-commerce* sebagai salah satu media pemasaran digital. Peserta terlebih dahulu diperkenalkan dengan konsep, jenis, dan contoh *e-commerce*, kemudian dikenalkan pada penggunaan Shopee melalui praktik pembuatan akun penjual dan pengisian informasi produk. Kegiatan tersebut memberikan gambaran mengenai proses dasar yang diperlukan untuk menyiapkan produk agar dapat dipasarkan melalui marketplace.

Meskipun kegiatan telah memberikan pengalaman awal dalam penggunaan Shopee, hasil kegiatan belum dapat digunakan untuk menyatakan adanya peningkatan penjualan, pendapatan, maupun penggunaan Shopee secara berkelanjutan. Hal tersebut disebabkan kegiatan hanya dilaksanakan dalam satu kali pertemuan dan tidak dilakukan pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan. Selain itu, belum dilakukan pemantauan setelah kegiatan untuk mengetahui keberlanjutan penggunaan akun maupun produk yang telah dibuat.

Secara keseluruhan, kegiatan pengenalan *e-commerce* melalui Shopee memberikan pengalaman awal kepada anggota FKDJM dalam mengenal konsep *e-commerce* dan penggunaan dasar Shopee sebagai salah satu media pemasaran digital (Susilo et al., 2026). Hasil kegiatan menunjukkan adanya perbedaan kemampuan dan keterlibatan peserta dalam

mengikuti praktik. Oleh karena itu, kegiatan pengenalan selanjutnya perlu dilakukan secara lebih sederhana, bertahap, dan inklusif dengan memberikan arahan sesuai kondisi serta kebutuhan masing-masing peserta.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Kegiatan pengenalan *e-commerce* sebagai media pemasaran digital melalui platform Shopee bagi anggota Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM) telah memberikan pengalaman awal mengenai konsep *e-commerce* dan penggunaan Shopee sebagai salah satu media pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan melalui penyampaian materi mengenai digitalisasi, *e-commerce*, jenis dan contoh platform *e-commerce*, serta praktik pembuatan akun penjual dan pengisian informasi produk pada Shopee. Praktik secara langsung diikuti oleh dua peserta, dengan satu peserta dapat mengikuti tahapan pembuatan akun penjual dan pengisian informasi produk secara lengkap. Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa keterlibatan dan kemampuan peserta dalam mengikuti pengenalan teknologi digital beragam. Oleh karena itu, proses pengenalan perlu memperhatikan kebutuhan, kemampuan, serta cara belajar masing-masing peserta. Kegiatan ini belum mengukur peningkatan pengetahuan, keterampilan, penjualan, maupun pendapatan peserta sehingga hasil yang diperoleh masih terbatas pada pengalaman awal dalam mengenal dan mempraktikkan penggunaan Shopee.

SARAN

Kegiatan pengenalan *e-commerce* selanjutnya disarankan untuk dilaksanakan secara lebih mendalam, bertahap, dan berkelanjutan dengan menyesuaikan materi serta metode praktik terhadap kebutuhan dan kemampuan masing-masing peserta. Kegiatan juga dapat melibatkan pendamping atau fasilitator yang memiliki pemahaman mengenai pembelajaran yang inklusif bagi penyandang disabilitas, sehingga peserta yang memerlukan arahan tambahan tetap memperoleh kesempatan untuk mengikuti proses praktik secara optimal. Praktik selanjutnya dapat mencakup pengelolaan akun, pengunggahan dan pengelolaan produk, penggunaan fitur Shopee, pengelolaan pesanan, hingga simulasi transaksi. Dengan pendekatan tersebut, kegiatan pengenalan diharapkan dapat berlangsung lebih inklusif dan memberikan kesempatan yang lebih luas bagi setiap peserta untuk mengembangkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital sesuai dengan potensi dan kebutuhannya.

KONTRIBUSI PARA PENULIS

Pada penelitian ini seluruh penulis berkontribusi penuh dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan pengenalan *e-commerce* sebagai media pemasaran digital melalui platform Shopee bagi anggota Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM). Penulis pertama bertanggung jawab atas koordinasi dengan mitra dan penulisan naskah artikel. Penulis lainnya terlibat dalam pelaksanaan pelatihan, pendampingan praktik penggunaan Shopee oleh anggota FKDJM, pengumpulan data, analisis hasil kegiatan serta penyusunan artikel ini. Seluruh penulis melakukan review, penyuntingan, dan persetujuan terhadap naskah akhir sebelum diajukan untuk dipublikasikan.

PERNYATAAN KONFLIK KEPENTINGAN

Melalui kegiatan ini, penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan, baik secara finansial maupun non-finansial, yang dapat memengaruhi atau melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini maupun penulisan artikel berjudul “Pengenalan *E-Commerce* sebagai Media Pemasaran Digital melalui Platform Shopee bagi Anggota Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM)”.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada anggota Forum Komunikasi Disabilitas Jetis Makmur (FKDJM) yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kepala desa Jetis, Klaten Selatan yang telah memberikan izin terhadap pelaksanaan kegiatan ini, serta kepada Ibu Lusia selaku ketua forum FKDJM yang telah memfasilitasi kegiatan ini. Dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak tersebut sangat berarti dalam kelancaran pelaksanaan dan pencapaian tujuan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. F. (2023). *Jurnal Unik : Pendidikan Luar Biasa Analisis Penerapan Pemasaran Digital dalam Membantu Disabilitas Berwirausaha diskriminasi struktural , termasuk dalam hal akses terhadap pekerjaan , pendidikan , dan layanan 1 . 8(2).*
- Aryani, W. N., Artika, A. I., & Firdaus, A. B. (2025). *Digitalisasi dan Pembangunan Sosial : Perspektif Sosiologi terhadap Transformasi Masyarakat di Era Teknologi. November.*
- Giati Anisah. (2021). *Giati Anisah Pelatihan Digital marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. 1(1), 1–10.*

- Hajar, S., Info, A., July, S., Sindangpalay, K., Sukabumi, K., Dasar, L., Kontekstual, P., & Masyarakat, P. (2025). *Sciences du Nord Community Service Pengabdian Pada Masyarakat Tentang Pengembangan Baca Tulis Hitung Anak Usia Dini dan Sekolah Dasar di Kelurahan Sindangpalay Kota Sukabumi Sciences du Nord Community Service*. 2(02), 77–85.
- Herawati, V. D., Rahmaningtyas, A., Zulfatirrohman, A. I., & Eka, H. (2022). *Increasing the Revenue Through Digital Marketing : A lesson learned from a Small Business Enterprise Run by Volunteers of Community with Disability*. 2, 7–19.
- Indira, F. R., Tri, J., Santoso, B., & Suryanto, E. (2022). *Pendampingan Promosi Digital Melalui Marketplaces Bagi Pelaku UMKM Di Desa Traji Assisting the Digital Promotion through Marketplace s for MSME Entrepreneurs at Traji Village*. 5(2), 78–88.
- Navastara, D. A., Suciati, N., Fatichah, C., Tjandrasa, H., Zainal, A., Zakiya, A., Cahyaningtyas, A., Niza, Y., Sierra, E., & Sugianto, D. (2022). *Pemanfaatan E-commerce dan Media Sosial Guna Meningkatkan Ekonomi dan Proses Bisnis UMKM Koppontren NURILA Bangkalan*. 6(4).
- Nugroho, N. E., Cahyono, K. E., & Bambang, P. (2024). *Pemanfaatan Marketplace Shopee untuk UMKM di Kelurahan Kebonsari , Jambangan , Kota Surabaya Melalui Pendampingan dan Pelatihan Pemasaran Online*. 2(November), 435–444.
- Priska Wulan Ndari¹, R. A. L., Sultan Naufal Habibi³, R. F. P., & Gilly Putri Pertiwi⁵. (2026). *JPM : Jurnal Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang IMPLEMENTASI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAYA JPM : Jurnal Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang bisnis modern , termasuk di s. 4(1)*.
- Ranti Sartika, F. K. (2026). *Penerapan E-Commerce bagi UMKM sebagai Pemasaran Digital dalam*. 4(November 2025).
- Rini, E. S., Khairunnisa, F., Ulandari, H., Bilqis, N., & Thahara, S. (2026). *Analisis Pengaruh Perkembangan E-Commerce Konsumsi Masyarakat Indonesia Tahun 2021 – 2025 terhadap Perilaku*. 4(4), 26782–26790.
- Susilo, D., Ruswanti, D., & Cahyani, R. R. (2026). *Penguatan Kemandirian Ekonomi bagi Masyarakat Disabilitas di PPDK Klaten melalui Digitalisasi UMKM Disabilitas dan Penguatan Kewirausahaan*. 4(3), 17502–17505.