

## LOKAKARYA LITERASI DIGITAL DAN E-COMMERCE PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI DESA MAJAU

Farida Ayu Avisena Nusantari\*<sup>1</sup>, Desy Mariani<sup>2</sup>, Suryani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Manajemen dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

e-mail: faridaayuaavisena@budiluhur.ac.id\*<sup>1</sup>, desy.mariani@budiluhur.ac.id<sup>2</sup>, suryani@budiluhur.ac.id<sup>3</sup>

(\*: corresponding author)

### Abstrak

Saat ini, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital, dituntut untuk mampu mengadopsi teknologi untuk pengembangan usaha sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas baik nasional dan internasional. Pentingnya literasi digital serta pemanfaatan platform digital seperti E-Commerce dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional, namun belum banyak disadari terutama bagi para pelaku UMKM di daerah, dimana salah satunya adalah para pelaku UMKM yang ada di Desa Majau, kecamatan Saketi, kabupaten Pandeglang, Banten. Berdasarkan kebutuhan tersebut maka tim pengabdian kepada masyarakat (PPM) yang merupakan dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur mengusulkan untuk mengadakan lokakarya literasi digital dan E-Commerce pelaku usaha UMKM kepada mitra yaitu Desa Majau. Tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PPM) ini untuk memberikan edukasi guna meningkatkan pemahaman secara komprehensif terkait literasi digital dan E-Commerce serta memberikan pendampingan yang berkelanjutan bagi desa Majau kota Pandeglang. Metode pelaksanaan kegiatan dengan menggabungkan metode pelatihan partisipatif dan kolaboratif yang mengutamakan penerapan prinsip partisipatori yaitu asas peran dan keterlibatan peserta untuk tercapainya tujuan pelatihan dengan total peserta sebanyak 15 pelaku UMKM bisnis melinjo. Hasil dari kegiatan ini yaitu para pelaku UMKM yang terlibat menunjukkan adanya peningkatan yang dinilai signifikan terkait pemahaman digital dan optimalisasi pemasaran dengan memotivasi untuk transformasi digital.

**Kata kunci:** digital, e-commerce, literasi, usaha mikro, kecil, dan menengah

### Abstract

Currently, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era are required to be able to adopt technology for business development so that they can reach a wider market both nationally and internationally. The importance of digital literacy and the use of digital platforms such as E-Commerce can increase competitiveness and operational efficiency, but not many are aware of it, especially for MSME players in the regions, one of which is MSME players in Majau Village, Saketi District, Pandeglang Regency, Banten. Based on these needs, the community service team (PPM) who are lecturers from the Faculty of Economics and Business, Budi Luhur University proposed to hold a digital literacy and E-Commerce workshop for MSME business actors to partners, namely Majau Village. The purpose of the implementation of this community service (PPM) is to provide education to improve comprehensive understanding of digital literacy and E-Commerce and provide sustainable assistance for Majau village, Pandeglang city. The method of implementing activities by combining participatory and collaborative training methods that prioritize the application of participatory principles, namely the principle of the role and involvement of participants to achieve training objectives with a total of 15 melinjo business MSME players. The results of this activity are that the MSME players involved show an increase that is considered significant regarding digital understanding and marketing optimization by motivating for digital transformation.

**Keywords:** digital, e-commerce, literacy, micro, small, and medium enterprises.

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital yang terjadi memberikan dampak perubahan pada berbagai sektor termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian nasional dan peningkatan kesejahteraan masyarakat karena dapat bertahan (*survive*) dalam kondisi apapun. Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan usaha produktif yang dimiliki baik perorangan maupun badan usaha dengan kriteria tertentu yaitu jumlah karyawan, skala usaha, dan omset yang relatif kecil serta mayoritas

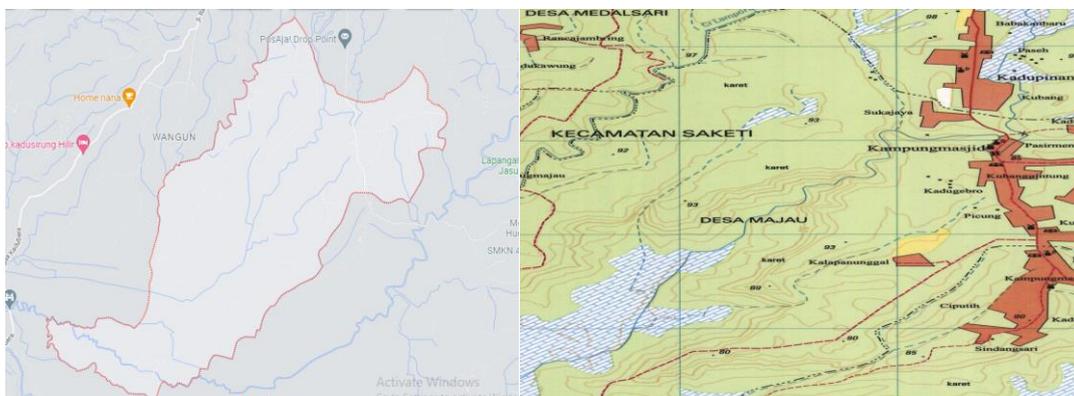
didirikan dengan modal yang terbatas.[1] Jumlah total UMKM di Indonesia ada sekitar 66 juta mencakup 99% dari keseluruhan badan usaha dan berkontribusi terhadap PDB nasional sebesar 61 %.[2]

Tantangan pelaku UMKM dengan era digitalisasi yaitu dituntut untuk mampu mengadopsi teknologi untuk pengembangan usaha sehingga dapat menjangkau pasar nasional maupun internasional.[3] Pentingnya literasi dan penggunaan *platform* digital untuk meningkatkan daya saing serta meningkatkan efisiensi operasional belum banyak disadari dan diterapkan.[4] Mengingat pentingnya hal tersebut maka diperlukan intervensi berupa edukasi dan pelatihan yang terstruktur untuk meningkatkan pemahaman dan memecah permasalahan UMKM di lapangan. Inti permasalahan yang sering dikeluhkan pelaku UMKM terutama pemasaran agar dapat beralih dari sistem tradisional menjadi digital.[5]

Pengembangan UMKM melalui digitalisasi telah banyak diteliti berbagai pihak seperti paparan mengenai pelatihan berbasis teknologi dapat meningkatkan kompetensi dalam menggunakan perangkat lunak (*software*) baik keuangan maupun pemasaran.[6] Terdapat juga penelitian melalui program pelatihan memanfaatkan media internet bahkan dapat sebagai sarana publikasi dan transaksi jual beli secara online.[7] Kemudahan dalam berbisnis dengan memanfaatkan *platform* digital seperti *e-commerce* mudah dan praktis karena aktivitas penjualan tanpa ada batasan waktu dan tempat dan dapat kapan saja. *Electronic commerce (e-commerce)* yaitu kegiatan jual beli atau transaksi yang dilaksanakan menggunakan sarana media internet.[8] Selain memunculkan manfaat namun juga memiliki risiko bisnis. Permasalahan yang dihadapi yaitu risiko keamanan dan privasi dikarenakan banyak yang belum memiliki pemahaman yang memadai tentang perlindungan data pribadi, keamanan *cyber* hingga penipuan online.[9]

Literasi digital mengacu pada keahlian untuk memahami, menggunakan, menciptakan serta mengevaluasi,berkomunikasi secara digital efektif, bertanggung jawab dan beretika [10]. Definisi lain literasi digital yaitu kemampuan mendayagunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, pengelolaan, integrasi, analisis dan evaluasi informasi untuk terciptanya pengetahuan baru, kreatifitas dan berinteraksi.[11] Aspek dalam literasi digital meliputi pemahaman teknologi, kecakapan informasi, komunikasi digital, keamanan digital, kolaborasi digital, kreativitas digital dan etika digital. [12] Minimnya para pelaku UMKM mengenai pemahaman digital melatarbelakangi kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan melibatkan para akademisi untuk mencari solusi mengatasi berbagai permasalahan yang ditemui salah satu alternatif solusinya berupa edukasi dan sosialisasi literasi digital sehingga melalui sosialisasi seperti pedesaan dapat mendukung perbaikan perekonomian.

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan literasi digital dilaksanakan di wilayah Desa Majau yaitu sebuah desa yang terletak di kecamatan Saketi, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Desa Majau berdiri pada tahun 1935 dan pada tahun 1981 desa Majau mengalami pemekaran sehingga menjadi Desa Mekarwangi. Letak geografisnya tidak terlalu jauh dengan pusat kabupaten padeglang. Luas tanah yang dimiliki yaitu 400 Ha dan memiliki wilayah berupa lahan tropis yang cocok untuk bercocok tanam sehingga padi sawah, palawija, sawit dan melinjo berpeluang untuk hasil maksimal [13]. Pada Gambar 1 menampilkan wilayah desa Majau secara administratif berbatasan dengan wilayah desa tetangga. Di sebelah utara berbatasan dengan Desa Sodong, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Lagensari desa Medalsari dan di sisi timur berbatasan dengan desa Mekarwalangi.



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Majau dan Batasan wilayah

Mayoritas penduduk Desa Majau mengandalkan sumber daya pertanian dan mengolahnya menjadi beberapa produk sehingga banyak ditemukan Usaha Mikro Kecil dan Menengah seperti usaha Emping

Melinjo. Sumber daya alam (melinjo) yang melimpah dijadikan lahan usaha bagi masyarakat setempat diolah menghasilkan produk emping yang berkualitas dan potensi usaha yang menjanjikan. Namun persoalan yang dihadapi yaitu ada beberapa aspek yang menjadi hambatan produk tersebut dipasarkan yaitu kondisi akses jalan yang belum memadai menjadi kendala pemasaran produk dan terbatasnya sarana dan prasarana.

Setelah dilakukan observasi oleh tim pengabdian masyarakat masih dijumpai berbagai permasalahan dihadapi UMKM yaitu (1) Hasil pemasaran produk yang belum optimal (2) Akses terbatas untuk memasarkan secara digital (3) Kurangnya pemahaman untuk teknik pemasaran digital. Mengakomodasi problematika tersebut maka para akademisi yaitu para dosen dan mahasiswa terlibat langsung untuk mengedukasi, mendesain dan mengimplementasikan program sosialisasi yang efektif berupa metode penyuluhan. Poin yang dibahas yaitu menjelaskan teknik pemasaran yang baik, mempromosikan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi lokal.

## 2. METODE

Sasaran kegiatan yaitu para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah penduduk Desa Majau. Pendekatan metode yang digunakan yaitu pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan melibatkan masyarakat secara langsung dan pendekatan yang dilakukan bukan hanya memberikan informasi namun menumbuhkan kesadaran secara kolektif akan pentingnya literasi digital dan kolaborasi tim dengan aparatur desa, masyarakat setempat untuk kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilaksanakan.[14]. Penyusunan kegiatan disusun dengan fokusnya pada metode ceramah berupa sosialisasi dan diskusi.[15] Beberapa tahapan yang terstruktur secara sistematis terdapat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Metode Pengabdian Masyarakat

Tahap awal kegiatan yaitu tahap persiapan yaitu survei serta observasi ke lokasi yang menjadi objek untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat serta menentukan komunitas UMKM yang menjadi sasaran untuk edukasi literasi digital. Tim akan menentukan tujuan yang akan diraih yaitu membantu para pelaku UMKM untuk memahami tantangan dan risiko dalam mengaplikasikan penggunaan teknologi digital, melakukan penjadwalan (*scheduling*) dan menentukan sumber daya yang diperlukan misalkan tenaga pengajar, peralatan yang tersedia dan alokasi anggaran, mengembangkan materi pelatihan yang relevan dengan literasi digital meliputi pengenalan teknologi digital, manfaat (*benefit*) yang diperoleh, strategi pemasaran online dan langkah-langkahnya.

Selanjutnya dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan yang dilakukan tim pengabdian masyarakat bersama mahasiswa yaitu edukasi berupa sosialisasi konsep dasar mengenai literasi digital dan implementasi dalam pemasaran UMKM, penggunaan *platform* digital, pembuatan *website* di *e-commerce*, dan diskusi serta memberikan kesempatan untuk pelaku UMKM untuk mengajukan pertanyaan, *sharing* serta membahas kendala maupun tantangan yang dihadapi terkait implementasi literasi digital.

Setelah kegiatan pelaksanaan maka tahapan evaluasi yaitu tahapan melakukan *review* pelaksanaan keseluruhan kegiatan mulai dari pelaksanaan, koordinasi tim dengan mitra, jumlah peserta yang hadir dan ukuran pemahaman melalui *post-test* dan kuesioner serta menganalisis tanggapan peserta atas kegiatan yang berlangsung dan dampaknya. Berdasarkan evaluasi tersebut dijadikan tolak ukur perbaikan kegiatan berikutnya. *Monitoring* dan bimbingan untuk memberikan konsultasi tambahan dan melihat perkembangan setelah diadakan kegiatan baik dengan komunikasi maupun kunjungan berikutnya.[16] Hasil monitoring serta evaluasi dibuatkan menjadi laporan maupun artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal pengabdian masyarakat sehingga dapat dijadikan referensi untuk kegiatan yang akan dilaksanakan serupa pada periode mendatang.

Indikator keberhasilan kegiatan ini yaitu penetapan minimal sebesar 50% pengetahuan pelaku UMKM meningkat berkaitan dengan materi yang disosialisasikan serta pengetahuan dan sikap yang ditunjukkan para peserta. Pengukuran capaian kegiatan dilakukan dua tahapan yaitu diberikannya *pre-test* dengan sejumlah pertanyaan untuk mengetahui seberapa besar pemahaman dasar dari para peserta sebelum diadakan kegiatan dan *post-test* untuk mengetahui adanya perubahan dikaitkan pemahaman yang telah diberikan setelah sosialisasi. Kebelanjutan program setelah dilakukan kegiatan ini ditampilkan untuk memastikan kegiatan ini dapat berkesinambungan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi yang dilaksanakan dengan *interview* langsung dengan para pelaku UMKM di Desa Majau, maka mendapatkan gambaran analisis kebutuhan dan kendala yang dihadapi untuk mengembangkan usaha di Desa Majau. Diantaranya dikarenakan masih menggunakan pemasaran tradisional serta sarana dan prasarana belum memadai seperti kondisi jalan yang rusak bahkan untuk menjangkau desa lainnya membutuhkan waktu yang lama berjam-jam dan akses menuju pasar menempuh jarak beberapa kilometer sebagaimana yang ditampilkan pada gambar 3a. Pada Gambar 3b menampilkan salah satu produk yang dihasilkan para pelaku UMKM di Desa Majau, yang tidak dapat optimal dipasarkan karena beberapa aspek tersebut dan salah satu faktornya belum memiliki pemahaman cukup untuk mengaplikasikan *platform* digital. Kondisi ini melatarbelakangi tim pengabdian masyarakat untuk mengadakan edukasi dan sosialisasi terkait literasi digital dan melakukan tahap persiapan awal dengan menjadwalkan dan koordinasi dengan mitra untuk mengadakan sosialisasi dan edukasi dengan sasaran target peserta para pelaku UMKM khususnya bidang usaha yang fokusnya pengolahan melinjo yaitu emping.



(a)



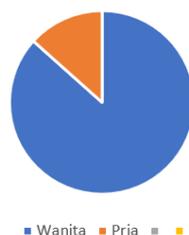
(b)

Gambar 3. Kondisi Fisik Desa Majau (a) Akses Jalan Desa Majau (b) Usaha Emping

Kesepakatan antara mitra dan tim pengabdian masyarakat menentukan untuk waktu dan tempat untuk kegiatan edukasi dan sosialisasi ditentukan dapat dilakukan di Balai Desa Majau, Kecamatan Saketi, Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten selama tiga hari tanggal 15-17 Februari 2023 selama tiga hari. Peserta yang hadir yaitu sebanyak 15 pelaku UMKM dengan bisnis melinjo dengan berbagai latar belakang usia serta pendidikan. Berdasarkan profil peserta dapat diuraikan latar belakang menurut usia jenis kelamin, usia melalui gambar berikut ini:

a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.

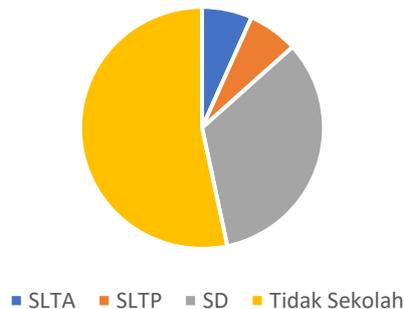
Pada Gambar 4 menampilkan karakteristik peserta yang mengikuti kegiatan ini mayoritas wanita hampir 80% sisanya yaitu pria sebesar 20% sedangkan usia rentang 30-60 tahun.



Gambar 4. Karakteristik menurut jenis kelamin

b. Karakteristik berdasarkan latar belakang pendidikan.

Pada Gambar 5 menampilkan bahwa mayoritas peserta tidak pernah mengenyam pendidikan dan pendidikan tertinggi pelaku UMKM yaitu SLTA sedangkan untuk pendidikan perguruan tinggi masih belum ada karena terbatasnya akses serta fasilitas serta mayoritas masyarakat berada pada tingkat ekonomi menengah ke bawah.



Gambar 5. Karakteristik menurut pendidikan

Tahapan yang ditempuh dapat dideskripsikan pada Tabel 1, dengan melalui beberapa tahapan berikut:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Target	Luaran (Hasil)
1.	Persiapan dan perencanaan awal (Tahap persiapan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perolehan informasi untuk menentukan mitra yang tepat dijadikan sebagai sasaran kegiatan.</li> <li>b. Komunikasi terjalin secara intensif antara tim dan mitra.</li> <li>c. Didapatkan gambaran umum mengenai permasalahan yang dihadapi mitra.</li> <li>d. Perumusan masalah dan mencari solusi permasalahan berupa sosialisasi dan edukasi sehingga mulai dilakukan penyusunan rencana kegiatan, pemilihan lokasi kegiatan, alokasi anggaran.</li> </ul>	Informasi maupun data awal mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra, penentuan pemateri serta persiapan materi yang disosialisasikan
2.	Sosialisasi dan Pembukaan (Tahap Pelaksanaan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelaksanaan sosialisasi kepada peserta yaitu pelaku UMKM Melinjo dengan melibatkan tim pengabdian masyarakat sebagai narasumber dan pendamping.</li> <li>b. Pembukaan berupa sambutan dari ketua tim pengabdian masyarakat mengenai tujuan sosialisasi serta perkenalan diikuti sambutan dari Kepala Desa Majau dan pemberian <i>pre-test</i></li> <li>c. Kegiatan dibagi menjadi 3 (tiga) sesi yaitu:                      Sesi 1: Pengantar literasi digital dan menjelaskan gambaran umum teknologi telah merubah industri.                      Sesi 2: Pemanfaatan aplikasi <i>platform</i> digital sebagai media pemasaran.                      Sesi 3: Diskusi serta tanya jawab mengenai kendala dan tantangan yang dihadapi terkait literasi digital dan narasumber memberikan solusi dan membahas pertanyaan peserta.</li> <li>d. Penutupan kegiatan dengan pemberian <i>post-test</i> serta penyerahan <i>doorprize</i> untuk penanya terbaik untuk sesi tanya jawab.</li> </ul>	Pemahaman mengenai literasi digital dan <i>e-commerce</i> pada pelaku UMKM terjadi peningkatan. Indikator keberhasilan jika pemahaman mencapai 50% dari keseluruhan pertanyaan. Daftar pertanyaan bagi peserta dibuat dalam bentuk <i>google form</i> dengan topik berupa pemahaman mengenai definisi serta konsep literasi digital dan <i>e-commerce</i> , tantangan yang dihadapi UMKM.
3.	Monitoring dan Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penilaian hasil pengabdian keberhasilan atau tidaknya serta kendala maupun hambatan selama pelaksanaan.</li> </ul>	Umpan balik dari para peserta, penyusunan laporan serta publikasi artikel karya ilmiah

No	Kegiatan	Target	Luaran (Hasil)
		b. Pendampingan langsung kepada pelaku UMKM untuk menerapkan penggunaan <i>platform</i> digital dalam pemasaran usaha. c. Menerima umpan balik ( <i>feedback</i> ) dari peserta untuk menilai efektivitas kegiatan. d. Penyusunan berupa laporan pelaksanaan terkait kegiatan yang dilaksanakan. e. Publikasi artikel ilmiah sebagai bentuk luaran atas pelaksanaan kegiatan.	

Pada Tabel 2 menampilkan jadwal dan waktu setiap sesi kegiatan pelaksanaan lokakarya.

Tabel 2. Jadwal dan waktu setiap sesi kegiatan pelaksanaan

Indikator	Kegiatan dan Materi	Narasumber
Rabu, 15 Februari 2023	Pembukaan kegiatan dan pemberian <i>pre-test</i> kepada peserta dilanjutkan sosialisasi mengenai konsep dasar literasi digital seperti budaya digital, etika digital manfaat literasi digital.	Desy Mariani
Kamis, 16 Februari 2023	Pemaparan materi mengenai <i>platform</i> digital dan teknik pemasaran digital seperti <i>e-commerce</i> .	Farida Ayu
Jumat, 17 Februari 2023	Penyampaian materi mengenai pemanfaatan pemasaran digital dan implementasinya	Desy Mariani dan Suryani.

Rincian mengenai tahap pelaksanaan dibagi dalam beberapa sesi yaitu sebagai berikut:

1. Kegiatan diawali dengan pembukaan berupa sambutan dari ketua Tim Pengabdian Masyarakat sebagaimana yang ditampilkan pada Gambar 6a, dan dilanjutkan sambutan dari Kepala Desa Majau sebagaimana yang ditampilkan pada Gambar 6b untuk membuka kegiatan sosialisasi dan melakukan doa bersama sebelum memulai kegiatan. Topik yang diangkat dalam sambutan ketua tim pengabdian yaitu tujuan pelaksanaan pengabdian masyarakat sebagai bentuk Tridharma Perguruan Tinggi serta menjelaskan bahwa diadakan pelatihan ini diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan pengetahuan dan optimalisasi mengenai sistem pemasaran digital sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.
2. Sosialisasi mengenai konsep dasar literasi digital dan *e-commerce* serta pengenalan *platform* digital yang digunakan untuk bisnis dan pemasaran. Peserta sebelum sosialisasi diberikan link *google form* untuk mengakses *pre-test* dan mengukur tingkat pemahaman awal.
3. Pemaparan materi mengenai tantangan dan kendala bagi UMKM dalam penggunaan *e-commerce* dan cara mengatasinya serta pemanfaatannya untuk pengembangan usaha.



(a)



(b)

Gambar 6. Pelaksanaan kegiatan (a) pembukaan (b) sosialisasi literasi digital

4. Penutupan berupa pemberian *post-test* dan menyediakan sesi diskusi serta tanya jawab dan menerima *feedback* dari peserta untuk bahan evaluasi. Kegiatan evaluasi dan monitoring merupakan langkah yang penting untuk mengetahui keberhasilan kegiatan dan mengidentifikasi perbaikan dan di periode mendatang. Keberhasilan pencapaian tujuan kegiatan menggunakan indikator seperti *pre-test* dan *post-test*. *Pre-test* adalah sebuah tes yang diberikan sebelum pemaparan materi. Durasi yang diberikan yaitu 15 menit sebelum dimulai dan untuk mempermudah akses dan menerapkan konsep digitalisasi maka bentuknya menggunakan aplikasi *google form* (*g-form*) yang berisi sejumlah pertanyaan yang sudah

disusun oleh tim pengabdian masyarakat sedangkan *post-test* diberikan setelah pelaksanaan. Pada Gambar 7 menampilkan bentuk kuesioner *pre-test* dan *post-test* yang diberikan kepada peserta Lokakarya di Desa Majau.

Gambar 7. Kuesioner untuk Evaluasi kegiatan Lokakarya Literasi digital dan *E-Commerce* Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Majau

Pada Tabel 3 menampilkan daftar pertanyaan yang ada pada kuesioner *pre-test* dan *post-test*.

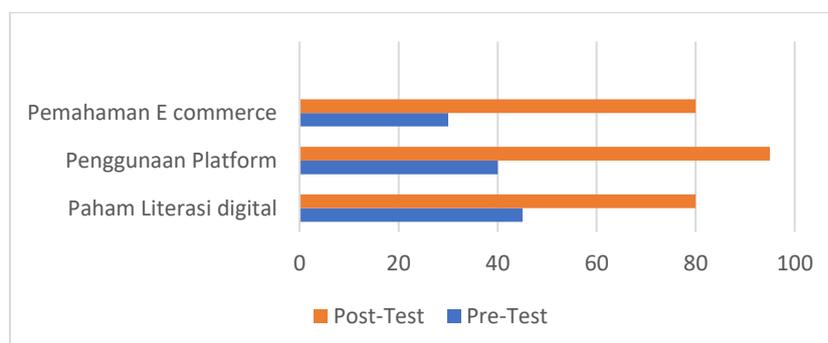
Tabel 3. Daftar pertanyaan *pre-test* maupun *post-test*

No	Pertanyaan
1	Apakah mengetahui definisi dari literasi digital maupun <i>e-commerce</i> ?
2	Apakah jenis <i>platform digital</i> yang sering dimanfaatkan untuk bisnis?
3	Apakah <i>benefit</i> (manfaat) yang didapatkan dari digitalisasi <i>e-commerce</i> ?
4	Tantangan apakah yang akan dihadapi UMKM terkait adopsi digital dalam bisnis?

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh peserta sebelum dan sesudah menggambarkan adanya peningkatan yang signifikan terkait pemahaman digital yang ditunjukkan pada Tabel 4. Skor rata-rata menunjukkan adanya peningkatan sebesar 51.67% dari ketiga aspek sehingga target yang ditetapkan terpenuhi atas materi yang disosialisasikan dengan indikator keberhasilan yang ditargetkan di awal yaitu 50%. Setelah diadakan pelatihan ada peningkatan untuk pemahaman digital menjadi 90%, penggunaan *platform* digital menjadi 90% dan pemahaman *e-commerce* menjadi 80%.

Tabel 4. Perbandingan Persentase Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test*

Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Peningkatan
Pemahaman Literasi Digital	40	90	50
Penggunaan <i>Platform</i> Digital pada UMKM	35	90	55
Pemahaman <i>E-Commerce</i>	30	80	50
Skor rata-rata	35	86,67	51,67



Gambar 8. Grafik Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Literasi Digital dan *E-Commerce*

Pada gambar grafik 8 menunjukkan bahwa hasil *pre-test* maupun *post-test* menunjukkan hasil yang memuaskan untuk materi yang disampaikan dengan adanya peningkatan dan pembahasan materi dapat dipahami peserta dengan baik. Setiap komponen materi diharapkan dapat memberikan dampak positif tidak hanya secara teoritis namun juga secara praktis.



Potensi pengembangan sosialisasi mempunyai peluang untuk diadaptasi pada skala yang besar dengan melibatkan kolaborasi antara pelaku UMKM dan praktisi institusi perguruan tinggi dengan membahas peningkatan keterampilan penggunaan *platform* digital untuk meningkatkan daya saing. Pencapaian sosialisasi ini terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital UMKM dan memberikan fondasi kuat untuk menghadapi tantangan dalam perkembangan teknologi yang semakin pesat.

#### 4. SIMPULAN

Setelah dilakukan observasi oleh tim pengabdian masyarakat masih dijumpai berbagai permasalahan dihadapi UMKM yaitu (1) Hasil pemasaran produk yang belum optimal (2) Akses terbatas untuk memasarkan secara digital (3) Kurangnya pemahaman untuk teknik pemasaran digital. Mengakodominasi problematika tersebut maka perlu diadakan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman untuk memanfaatkan digitalisasi untuk pengembangan usaha sehingga dapat diimplementasikan khususnya pada UMKM. Sebagai bentuk tridharma maka diadakan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) oleh tim dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur dengan mitra Desa Majau selama 3 hari dan telah selesai dilaksanakan dalam bentuk Lokakarya Literasi Digital Dan E-Commerce Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah pada beberapa pelaku UMKM di Desa Majau.

Berdasarkan hasil evaluasi dari kegiatan PPM maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar peserta yang awalnya minim akan pengetahuan mengenai digitalisasi setelah diadakan pelatihan adanya peningkatan pemahaman hingga skor rata-rata yang diperoleh dari ketiga aspek yaitu 51,67%. Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan kondusif dan dinilai berhasil karena target awal yang ditentukan telah tercapai yaitu adanya peningkatan pemahaman minimal 50%. Mayoritas peserta termotivasi untuk memahami urgensi digitalisasi, pemanfaatan *e-commerce* dan pemasaran produk melalui *platform* digital. Tantangan yang dihadapi UMKM terkait pemasaran dapat diatasi dengan tingkat literasi digital yang baik. Kegiatan ini bukan hanya memberikan manfaat praktis namun juga memberikan kontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal dan memperkuat daya saing UMKM di Desa Majau.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Budi Luhur yang telah memberikan dukungan sehingga dapat terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat (PPM) ini. Serta kepada kepala desa Majau dan perangkatnya yang sudah memberikan kesempatan serta ruang bagi tim dosen untuk melakukan program PPM, serta kepada seluruh peserta program yaitu para pelaku UMKM Melinjo yang sangat mendukung dan antusias dalam pelaksanaan kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Al Farisi, M. Iqbal Fasa, and Suharto, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *J. Din. Ekon. Syariah*, vol. 9, no. 1, pp. 73–84, 2022, doi:10.53429/jdes.v9ino.1.307.
- [2] C. Yolanda, "Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia," *J. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 170–186, 2024, doi: 10.36490/jmdb.v2i3.1147.
- [3] I. M. A. K. Iswara and L. P. Mahyuni, "Strategi UMKM Mempertahankan Pelanggan di Era Digitalisasi," *JPEK (Jurnal Pendidik. Ekon. dan Kewirausahaan)*, vol. 8, no. 1, pp. 143–155, 2024, doi: 10.29408/jpek.v8i1.24222.
- [4] S. E. M. M. Nia Sonani, S. E. I. M. E. Deni Riani, and M. S. M. Amin Fatulloh, *Ekonomi Digital dan Sektor UMKM: Meningkatkan Daya Saing*. Takaza Innovatix Labs, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=R6Q4EQAAQBAJ>
- [5] M. E. Uly Mabruroh Halida, C. Wilantini, and R. Wahyuningrum, *Peran Digitalisasi Dalam Memperluas Akses Pasar UMKM*. IAIN Madura Press, 2023. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=erYIEQAAQBAJ>
- [6] *et al.*, "Pelatihan pembinaan UMKM berbasis Teknologi Informasi untuk meningkatkan SDM pelaku UMKM," *ABSYARA J. Pengabd. Pada Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 212–219, 2021, doi: 10.29408/ab.v2i2.4206.
- [7] Safitri Juanita, Umaeydah, Dewi Samrotul Fu'adah, Nanda Pratiwi Ba'arsyah, Ilham, and Neno Yurmina Tanjung, "Pelatihan Pemanfaatan Internet Bagi Kader Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Kelurahan Cipulir," *Artinara*, vol. 1, no. 01, pp. 45–50, 2021, doi: 10.36080/an.v1i01.9.
- [8] A. T. Natania and R. Dwijayanti, "Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM," *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 12, no. 1, pp. 343–350, 2024.



- [9] A. A. Ajhari, M. A. Manaon, and Dimas, "Security Awareness Framework untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia," *Info Kripto*, vol. 17, no. 3, pp. 85–91, 2023, doi: 10.56706/ik.v17i3.80.
- [10] D. Suherdi, *Peran Literasi Digital Di Masa Pandemi*. Cattleya Darmaya Fortuna, 2021. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=gkAqEAAAQBAJ>
- [11] B. Bidasari, S. Sahrir, G. Goso, and R. S. Hamid, "Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM," *Owner*, vol. 7, no. 2, pp. 1635–1645, 2023, doi: 10.33395/owner.v7i2.1404.
- [12] A. D. Handayani, "Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas melalui Program Literasi Digital," *J. Signal*, vol. 11, no. 1, p. 104, 2023, doi: 10.33603/signal.v11i1.8213.
- [13] Q. Jumrotul Aqobah, S. R. Amalia, F. Purnata, M. E. Setio Aji, and H. G. P. Subiantoro, "Peningkatan Potensi Tepung Mocaf Sebagai Upaya Diversifikasi Pangan Pada Desa Majau," *To Maega J. Pengabd. Masy.*, vol. 5, no. 2, p. 315, 2022, doi: 10.35914/tomaega.v5i2.1083.
- [14] M. Ekahidayatullah, "Penguatan Ekosistem Wirausaha Masyarakat Melalui Kolaborasi , Seminar Wirausaha dan Pembuatan NIB Di Desa Rada Kabupaten Bima," vol. 3, no. 4, pp. 258–266, 2024.
- [15] D. Mariani, Suryani, and Farida A Nusantari, "Peningkatan Kompetensi Komputerisasi Akuntansi Melalui Aplikasi Zahir Bagi Siswa Akuntansi SMK Triguna 1956 Jakarta Selatan," *Artinara*, vol. 2, no. 2, pp. 64–72, 2023, doi: 10.36080/art.v2i2.66.
- [16] Astrid Widya Ningsih, Harnida Wahyudi Adda, Niluh Putu Evvy Rossanty, and Faruq Lamusa, "Dampak Peran Pendamping Terhadap Pengembangan UMKM Di Kelurahan Kabonena Kota Palu Sulawesi Tengah," *MENAWAN J. Ris. dan Publ. Ilmu Ekon.*, vol. 2, no. 2, pp. 251–262, 2024, doi: 10.61132/menawan.v2i2.391.