

LITERASI DIGITAL BAGI UMKM

Lydia Rosintan S

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti
Corresponding Author: lydia.rosintan@trisakti.ac.id

Soeharjoto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti
e-mail: soeharjoto@trisakti.ac.id

R. Rosiyana Dewi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti
e-mail: rosiyana@trisakti.ac.id

ABSTRACT

Digital literacy is an inseparable part of information. Information is no longer only in printed form, but can now be accessed using digital media. Digital literacy is an urgent need for today's society. Because technological progress that is not balanced by intelligence in using modern technological devices will undoubtedly have a negative impact on human civilization. With current technological developments, we must be able to make the best use of it. However, because the process of disseminating data in the digital world is very rapid, we are required to be able to filter information so as not to get wrong information. MSMEs also play a role in the distribution of development results and are the driving force behind the growth of national economic activity. Attention to the development of the MSME sector gives its own meaning to efforts to reduce a country's poverty rate. The existence of positive opportunities means that MSME players have enormous potential to be successful in the market, if they can adopt the right marketing strategy. This is what encouraged SMKS Pelita IV students and SME groups in the Tambora area, West Jakarta, to start learning to build small businesses in local residential areas. In this PKM activity, SMKS Pelita IV students help with training and counseling to develop their business. The Community Service Team (PKM) of the Faculty of Economics and Business, Trisakti University will hold training to better introduce marketing strategies, especially digital marketing, in this case social media, to students of SMKS Pelita IV Tambora, West Jakarta. to increase sales of their products.

Keywords: Financial literacy, MSMEs

ABSTRAK

Literasi digital merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari informasi. Informasi bukan hanya berbentuk tercetak lagi, tetapi sudah dapat diakses dengan media digitalisasi. Literasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi masyarakat saat ini. Sebab kemajuan teknologi yang tidak diimbangi oleh kecerdasan dalam menggunakan perangkat teknologi modern niscaya akan memberikan dampak buruk bagi peradaban manusia. Perkembangan teknologi saat ini, kita harus bisa memanfaatkan sebaik

mungkin. Akan tetapi, karena proses penyebaran data di dunia digital sangat pesat, kita diharuskan mampu menyaring informasi agar tidak mendapatkan informasi yang keliru. UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Adanya peluang yang positif membuat pelaku UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk bisa berhasil di pasar, jika mereka dapat mengadopsi strategi pemasaran yang tepat. Hal inilah yang mendorong Siswa SMKS Pelita IV dan Kelompok UKM di daerah Tambora Jakarta Barat mulai belajar membangun bisnis kecil di wilayah perumahan setempat. Pada kegiatan PKM ini siswa/I SMKS Pelita IV membutuhkan Pelatihan dan Penyuluhan untuk mengembangkan usaha mereka. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti akan mengadakan Pelatihan untuk lebih mengenalkan strategi pemasaran khususnya pemasaran digital, dalam hal ini Media Sosial kepada para siswa/I SMKS Pelita IV Tambora Jakarta Barat. tersebut untuk meningkatkan Penjualan produk mereka.

Kata Kunci: Literasi keuangan, UMKM

PENDAHULUAN

Literasi digital menurut Afandi (2021) merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari informasi. Informasi adalah suatu hal tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia karena informasi manusia dapat melakukan berbagai hal. Dari waktu ke waktu informasi terus mengalami perkembangan yang diikuti dengan perkembangan media elektronik atau digital. Informasi bukan hanya berbentuk tercetak lagi, tetapi sudah dapat diakses dengan media digitalisasi. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak ketinggalan informasi.

Literasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi masyarakat saat ini, namun kemajuan teknologi yang tidak diimbangi oleh kecerdasan dalam menggunakan perangkat teknologi modern niscaya akan memberikan dampak buruk bagi peradaban manusia (Khasanah, 2019). Dalam literasi digital itu bukan hanya sekedar kemampuan mencari, menggunakan, dan menyebabkan informasi akan tetapi, diperlukan kemampuan dalam membuat informasi dan evaluasi kritis, ketetapan aplikasi yang digunakan dan pemahaman mendalam dari isi informasi yang terkandung dalam konten digital tersebut.

Akan tetapi, karena proses penyebaran data di dunia digital sangat pesat, masyarakat diharuskan mampu menyaring informasi agar tidak mendapatkan informasi yang keliru. Salah satu contoh informasi yang telah disaring, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan UMKM, dikarenakan dengan kita mengetahui banyak informasi, maka kita dapat menganalisa kebutuhan serta kekurangan yang dapat dioptimalkan.

UMKM di Indonesia menurut Primiana (2009), mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan

tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah. Dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Karakteristik utama UMKM adalah kemampuannya mengembangkan proses bisnis yang fleksibel dengan menanggung biaya yang relatif rendah. Kehadiran UMKM bukan saja dalam rangka peningkatan pendapatan tapi juga dalam rangka pemerataan pendapatan. Hal ini bisa dimengerti karena sektor UMKM melibatkan banyak orang dengan beragam usaha. Pemerintah sudah mempunyai komitmen memberdayakan ekonomi kerakyatan dalam hal ini.

TAHAPAN DAN METODE KEGIATAN

Materi yang disampaikan dalam program pengabdian ini mencakup beberapa hal yaitu Pemasaran Digital (Website, Marketplace) dan Pemasaran Media Sosial Kegiatan dilakukan di Sekolah SMKS Pelita IV Kecamatan Tambora Jakarta Barat, pada tanggal 17 Maret 2023. Materi dan presentasi diberikan kepada kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dalam program pengabdian kepada masyarakat. Adapun masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi, yaitu siswa/I SMKS Pelita IV Tambora Jakarta Barat.

Metode Pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat ini menggunakan tatap muka dengan melakukan beberapa hal berikut:

1. Metode Penyuluhan

Metode ini menjelaskan secara teoritis pengetahuan tentang strategi pemasaran menggunakan media digital dan sosial media.

2. Metode Pelatihan

Mengajak mitra, yaitu para siswa dan siswi SMKS Pelita IV Tambora Jakarta Barat untuk membuka akun media sosial dan *marketplace*.

3. Metode Pendampingan

Membantu mitra untuk meningkatkan kreatifitas dalam melakukan pemasaran digital dan sosial media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilakukan secara langsung pada Jumat tanggal 17 Maret 2023. Dengan memberikan materi yang berkaitan dengan Literasi Digital UMKM mengenai Pemasaran Digital (Website, Marketplace) dan Pemasaran Media Sosial. Hasil yang dicapai oleh peserta yaitu para pengusaha UMKM adalah adanya peningkatan pemahaman terhadap penggunaan media digital dan sosial media sebagai alat untuk pemasaran terhadap produk yang peserta hasilkan. Acara dibuka dengan sambutan Kepala Sekolah SMKS Pelita IV dan Kepala Bidang Akademik, yang menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan PKM dan perkenalan dari TIM PKM FEB Usakti. Kegiatan dilakukan secara efektif

ke bahwa semua pemateri memberikan materi jelas dan setiap pertanyaan di jawab dengan baik.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan menggunakan media PowerPoint yang dibuat secara sederhana namun informatif agar mudah dipahami dalam waktu yang singkat. Penyuluhan ini dilakukan dengan representasi materi pemasaran. Beberapa gambar di bawah ini menunjukkan situasi pada saat kegiatan PKM berlangsung.



Gambar 1. Sesi Pembukaan dan penyampaian materi
Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2023)



Gambar 2. Sesi Perkenalan Peelaksana PKM FEB Usakti didampingi Wakil Kepala Sekolah Bidang Akademik dan Guru Pendamping (Batik Kuning).

PENUTUP

Pemahaman mengenai Literasi Digital bagi siswa/I SMKS Pelita IV sangat diperlukan, agar siswa menjadi kreatif dan paham memanfaatkan peluang. Sikap hidup siswa/I generasi Millennial sangat mengandalkan digital

dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian bila siswa/I dapat menggunakan digital untuk kreatifitas yang dapat mendatangkan pendapatan, maka pelatihan ini menjadi sangat bermanfaat, daripada telepon genggam atau laptop dan perangkat lainnya hanya digunakan untuk komunikasi saja. Pemahaman mengenai konsep pengembangan bisnis ini harus terus dibiasakan dari usia remaja, sehingga semakin kreatif untuk menghasilkan atau menjual barang-barang yang laku di pasaran. Media digital ini bermanfaat untuk pengembangan bisnis, karena memperluas jejaring dan pangsa pasar. Para siswa/I SMKS Pelita IV juga mempelajari membuat produk yang bisa dipasarkan dan memiliki nilai jual disertai desain produk yang menarik, bahan baku yang sehat, tahan lama dan sebagainya. Selain itu para pelaku UMKM diharapkan dapat membuat disain produknya agar lebih menarik.

Untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi para SISWA/I dalam memahami pengembangan bisnis dengan memanfaatkan media digital maka diperlukan pelatihan lebih lanjut tentang bagaimana praktek penggunaan media digital tersebut. Selain itu untuk meningkatkan kemampuan dalam memuat disain produk maka diperlukan survei pasar tentang disain yang bagaimana yang dapat menarik konsumen terhadap produknya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. H. S., & Faisal, A. (2022). The Role Of Social Media Marketing Activities In Increasing Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi*, 27(3), 478-499.
- Astuti, M., MM, M., Matondang, N., Kom, S., & MM, M. T. (2020). Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media. Deepublish.
- Faisal, A., & Ekawanto, I. (2021). The role of Social Media Marketing in increasing Brand Awareness, Brand Image and Purchase Intention. *Indonesian Management and Accounting Research*, 20(2), 185-208.
- Hasan, S. (2021). Pengaruh sosial media dalam peningkatan pemasaran UMKM kuliner selama pandemi covid-19 (studi kasus: UMKM kuliner Kota Bangkinang, Provinsi Riau). *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 30-40.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*, 16e, global edition.
- Permana, S. D. H., & Cendana, M. (2019). Pemanfaatan sosial media sebagai strategi promosi bagi sustainability bisnis UMKM. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 163-169.