



PENINGKATAN LITERASI DIGITAL UMKM MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL

IMPROVING THE DIGITAL LITERACY OF MSMES THROUGH TRAINING AND ASSISTANCE IN THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION

Irma Rohmatul Manan¹, Ahmad Gunawan^{2*}, Imam Sucipto³, Dadang Heri Kusumah⁴,

Tri Wahyu Wirjawan⁵

¹Politeknik Kepribadian

^{2*,3,4,5} Universitas Pelita Bangsa

^{2*}ahmadgunawan@pelitabangsa.ac.id

Article History:

Received: December 29th, 2025

Revised: February 10th, 2026

Published: February 15th, 2026

Abstract: The rapid advancement of information and communication technology has accelerated digital transformation across economic sectors, including micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Despite its potential benefits, limited digital literacy remains a major barrier preventing MSME actors from adopting digital technology effectively. This community service program aimed to enhance digital literacy and technological utilization among MSME actors through structured training and continuous mentoring. The program was implemented using a participatory approach, consisting of preparation, training, mentoring, and evaluation stages. The results indicate a significant improvement in participants' understanding of digital literacy, the utilization of social media and online marketplaces for marketing, and the adoption of simple digital tools for business management. The program contributes to strengthening MSME competitiveness, sustainability, and adaptability in the digital era

Keywords:

Community service, digital literacy, MSMEs, digital transformation, information technology

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meskipun transformasi digital menawarkan berbagai peluang, keterbatasan literasi digital masih menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi secara optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan pemanfaatan teknologi informasi pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi tahap persiapan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman literasi digital, pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, serta penggunaan aplikasi digital sederhana untuk

pengelolaan usaha. Kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan daya saing, keberlanjutan, dan adaptabilitas UMKM di era digital.

Kata Kunci: Pengabdian kepada masyarakat, literasi digital, UMKM, transformasi digital, teknologi informasi.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Ferine & Indrawan, 2021; Maretha et al., 2018). Di Indonesia, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja menunjukkan peran strategis sektor ini dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional (Evangeulista, 2023; Wibowo et al., 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pola aktivitas ekonomi mengalami pergeseran menuju sistem berbasis digital (Faeni et al., 2024). Transformasi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen (Dwiana et al., 2024; Suliyanto et al., 2023). Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan aplikasi keuangan digital menjadi instrumen penting dalam mendukung pengembangan UMKM di era digital (Evangeulista, 2023; Gunawan, Soer, et al., 2023; Gunawan, Sucipto, et al., 2023).

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum sepenuhnya siap menghadapi transformasi digital (Sunyoto, 2024). Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap pelatihan teknologi, serta minimnya pendampingan berkelanjutan menjadi faktor utama yang menghambat proses digitalisasi UMKM. Banyak pelaku UMKM masih mengandalkan metode konvensional dalam pemasaran dan pengelolaan usaha, sehingga potensi teknologi digital belum dimanfaatkan secara optimal (Sharma & Jakhar, 2025).

Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup pemahaman dalam mengelola informasi, berkomunikasi secara efektif, serta menjaga keamanan digital (Cougot et al., 2025). Oleh karena itu, peningkatan literasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM agar mampu beradaptasi dan bersaing di tengah dinamika ekonomi digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi aplikatif melalui pelatihan dan pendampingan pemanfaatan teknologi informasi bagi pelaku UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata dan berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas UMKM di era transformasi digital.

METODE

Lokasi dan Mitra Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di wilayah Kab. Bekasi, dengan mitra berupa kelompok pelaku UMKM yang bergerak di sektor kuliner/kerajinan/jasa/dll. Pemilihan mitra didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan rendahnya tingkat pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha.

Pendekatan Kegiatan

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif, di mana mitra terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan keberlanjutan hasil pengabdian dan meningkatkan rasa kepemilikan mitra terhadap program yang dilaksanakan.

Tahapan Pelaksanaan

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi identifikasi permasalahan mitra melalui observasi dan wawancara, analisis kebutuhan pelatihan, serta penyusunan materi yang relevan dengan kondisi mitra. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan mitra terkait jadwal, lokasi, dan teknis pelaksanaan kegiatan.

2. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dengan metode ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung. Materi pelatihan meliputi:

1. Konsep dasar literasi digital dan transformasi digital UMKM
2. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan branding usaha
3. Pengenalan dan penggunaan marketplace
4. Penggunaan aplikasi digital sederhana untuk pencatatan keuangan dan pengelolaan usaha

3. Tahap Pendampingan

Pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan peserta mampu mengimplementasikan materi yang telah diperoleh. Pendampingan dilakukan secara berkala melalui konsultasi langsung dan diskusi teknis terkait kendala yang dihadapi pelaku UMKM.

4. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program melalui observasi, diskusi, serta pengisian kuesioner oleh peserta. Evaluasi difokuskan pada peningkatan pemahaman, keterampilan, dan perubahan perilaku peserta dalam memanfaatkan teknologi digital.

HASIL

Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan literasi digital bagi pelaku UMKM. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Pelaksanaan kegiatan berlangsung secara kondusif dengan tingkat kehadiran peserta yang tinggi serta interaksi yang intensif antara fasilitator dan peserta.

Antusiasme peserta terlihat dari keterlibatan aktif dalam sesi diskusi dan praktik langsung. Peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga mengemukakan permasalahan nyata yang dihadapi dalam pengelolaan usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memiliki relevansi tinggi dengan kebutuhan mitra UMKM.

Profil Peserta Kegiatan

Profil peserta kegiatan pengabdian disajikan pada Tabel 1. Data ini menunjukkan keragaman latar belakang peserta, baik dari sisi jenis usaha maupun tingkat pengalaman digital.

Tabel 1. Profil Peserta Kegiatan Pengabdian

No	Karakteristik Peserta	Keterangan
1	Jumlah peserta	25 pelaku UMKM
2	Jenis usaha	Kuliner (48%), Kerajinan (32%), Jasa (20%)
3	Lama usaha	< 3 tahun (40%), 3–5 tahun (36%), > 5 tahun (24%)
4	Pengalaman digital	Rendah (56%), Sedang (32%), Tinggi (12%)

Sumber: Data primer kegiatan pengabdian (2025)

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas peserta masih memiliki pengalaman digital yang rendah, sehingga program peningkatan literasi digital menjadi sangat relevan.

Peningkatan Literasi Digital Pelaku UMKM

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan literasi digital yang signifikan setelah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Peningkatan ini diukur berdasarkan pemahaman peserta terhadap konsep literasi digital, kemampuan menggunakan media digital, serta kesadaran akan keamanan dan etika digital.

Tabel 2. Perbandingan Tingkat Literasi Digital Peserta

Aspek Literasi Digital	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
Pemahaman literasi digital	Rendah	Baik

Penggunaan media sosial usaha	36%	84%
Pemanfaatan marketplace	24%	68%
Kesadaran keamanan digital	Rendah	Sedang–Baik

Sumber: Hasil kuesioner peserta (2025)

Hasil ini menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan literasi digital berperan penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, sejalan dengan temuan berbagai studi sebelumnya.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan UMKM di Desa Simpangan Kab Bekasi

Pemanfaatan Aplikasi Digital dalam Pengelolaan Usaha

Selain pemasaran, pelaku UMKM juga mulai memanfaatkan aplikasi digital untuk pengelolaan usaha. Sebelum kegiatan, pencatatan keuangan sebagian besar dilakukan secara manual atau tidak terdokumentasi dengan baik. Setelah pelatihan, peserta mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana.

Tabel 3. Perubahan Pola Pengelolaan Usaha

Aspek Pengelolaan	Sebelum	Setelah
Pencatatan keuangan	Tidak teratur	Lebih sistematis
Monitoring omzet	Tidak dilakukan	Mulai dilakukan
Evaluasi usaha	Tidak rutin	Lebih terencana

Sumber: Observasi dan pendampingan (2025)

Perubahan ini menunjukkan bahwa literasi digital berdampak langsung pada peningkatan

kualitas manajemen usaha UMKM.

Efektivitas Pendekatan Partisipatif dan Pendampingan

Pendekatan partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan komitmen peserta. Pelaku UMKM merasa dilibatkan secara aktif dalam proses pembelajaran dan pemecahan masalah. Pendampingan pascapelatihan menjadi faktor kunci dalam memastikan implementasi teknologi digital berjalan secara optimal.

Pendampingan memungkinkan peserta untuk mengatasi kendala teknis yang dihadapi, sekaligus memperkuat motivasi dan kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi digital. Tanpa pendampingan, sebagian peserta berpotensi mengalami kesulitan dalam menerapkan materi pelatihan secara berkelanjutan.



Gambar 2. Photo bersama setelah kegiatan

Diskusi dan Implikasi

Temuan kegiatan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa peningkatan literasi digital berkontribusi signifikan terhadap adopsi teknologi dan peningkatan daya saing UMKM. Keberhasilan kegiatan ini menegaskan bahwa kombinasi antara pelatihan, pendekatan partisipatif, dan pendampingan berkelanjutan merupakan strategi efektif dalam program pengabdian kepada masyarakat.

Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mendorong transformasi digital UMKM melalui kegiatan pengabdian berbasis kebutuhan riil masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan literasi digital bagi pelaku UMKM telah dilaksanakan secara sistematis dan partisipatif serta menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Program ini berhasil menjawab permasalahan utama mitra, yaitu rendahnya literasi digital dan keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung pengembangan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam memahami konsep literasi digital, mengadopsi teknologi digital, serta memanfaatkan media sosial, marketplace, dan aplikasi digital sederhana dalam kegiatan usaha. Peningkatan tersebut tidak hanya terlihat pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada perubahan sikap dan perilaku pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pelaku UMKM menjadi lebih terbuka terhadap inovasi, lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital, serta lebih siap menghadapi persaingan di era ekonomi digital.

Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan komitmen mitra. Keterlibatan aktif pelaku UMKM sejak tahap perencanaan hingga evaluasi mendorong rasa memiliki terhadap program yang dilaksanakan, sehingga hasil kegiatan memiliki potensi keberlanjutan yang lebih tinggi. Selain itu, pendampingan pascapelatihan menjadi faktor kunci dalam memastikan implementasi materi pelatihan berjalan secara optimal dan berkelanjutan. Pendampingan membantu pelaku UMKM dalam mengatasi kendala teknis dan nonteknis serta mempercepat proses adaptasi terhadap teknologi digital.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Pemanfaatan teknologi digital yang lebih optimal memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha, serta memperbaiki kualitas pengambilan keputusan berbasis data. Dengan demikian, literasi digital dapat dipandang sebagai modal strategis dalam membangun UMKM yang tangguh dan berdaya saing di era transformasi digital.

Kegiatan ini juga menegaskan peran strategis perguruan tinggi dalam mendukung transformasi digital UMKM melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berbasis kebutuhan nyata dan berorientasi pada dampak. Ke depan, diperlukan pengembangan program serupa secara berkelanjutan serta penguatan kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya agar pemberdayaan UMKM melalui literasi digital dapat berjalan secara lebih luas dan berkesinambungan.

DAFTAR REFERENSI

- Cougot, Baptiste, Nicolas Gillet, Jules Gauvin, Florian Ollierou, Alice Le Saout, Leïla Moret, and others, ‘Nature and Outcomes of Longitudinal Authentic Leadership Profiles’, March, 2025, pp. 189–209
- Dwiana, F, R Dalimunthe, and ..., ‘Digital Marketing Development Through Instagram: Uplifting Msmedes Towards’, *Musytari: Neraca* ..., 2024 <<https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2802>>
- Evangelista, Gisheilla, ‘Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi’, *JurnalOikos-Nomos*, 16 (2023), p. juni
- Faeni, D P, N W Setyawati, A Fauzi, and ..., ‘Kompetensi SDM, Peran Industri 5.0, Literasi Digital Terhadap Kinerja Organisasi Dimediasi Motivasi Belajar Karyawan PT XYZ’, ... : *Pusat Publikasi Ilmu* ..., 2024 <<https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/355>>
- Ferine, Kiki Farida, and M Isa Indrawan, ‘Analisis Pengaruh Keunggulan Bersaing Dan Motivasi Terhadap Kinerja UKM Binaan Bank Sumut Cabang Kampung Baru Medan’, *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1.1 (2021)
- Gunawan, A, U D Soer, and ..., ‘Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pelatihan Digital Entrepreneurship Bagi Umkm Di Desa Sukaragam’, *Jurnal Gembira* ..., 2023 <<https://gembirapkmy.id/index.php/jurnal/article/view/96>>
- Gunawan, A, I Sucipto, K Karyono, and ..., ‘Pendekatan Kreatif Mempelajari Kepemimpinan Digital Pada UMKM Di Bekasi’, *Management Studies and* ..., 2023 <<https://yrripku.com/journal/index.php/msej/article/view/1631>>
- Maretha, F, S Sepriansyah, and ..., ‘Model Penerapan Informasi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kota Palembang’, *Eksis: Jurnal Riset* ..., 2018 <<http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/173>>
- Sharma, Smita, and Pramila Jakhar, ‘The Future of Marketing in the Era of Internet of Things’, *IEEE Engineering Management Review*, PP (2025), pp. 1–25, doi:10.1109/EMR.2025.3537692
- Sulyianto, S, W Novandari, D P Jati, and ..., ‘Techno-Social Commercepreneurship: Opportunities and Challenges for Culinary MSMES’, *Proceeding of* ..., 2023 <<http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/3895>>
- Sunyoto, H K, ‘A Performance Study of Micro-Small-Medium-Enterprises (MSMEs) in Emerging Economy: Role of Entrepreneurial Orientation’, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2024 <<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/55435>>

Wibowo, Tony Susilo, Christina Menuk Sri Handayani, and Deslaidy Dwi Susanto, ‘Kepuasan Kerja Karyawan UMKM Di Era New Normal’, *SNHRP*, 2022, pp. 741–49

Cougot, B., Gillet, N., Gauvin, J., Ollierou, F., Saout, A. Le, Moret, L., & Tripodi, D. (2025). *Nature and Outcomes of Longitudinal Authentic Leadership Profiles*. March, 189–209.

Dwiana, F., Dalimunthe, R., & ... (2024). Digital Marketing Development Through Instagram: Uplifting Msmedes Towards. *Musytari: Neraca* <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2802>

Evangeulista, G. (2023). Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi. *JurnalOikos-Nomos*, 16, juni.

Faeni, D. P., Setyawati, N. W., Fauzi, A., & ... (2024). Kompetensi SDM, Peran Industri 5.0, Literasi Digital Terhadap Kinerja Organisasi Dimediasi Motivasi Belajar Karyawan PT XYZ. : *Pusat Publikasi Ilmu* <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/355>

Ferine, K. F., & Indrawan, M. I. (2021). Analisis Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Motivasi Terhadap Kinerja UKM Binaan Bank Sumut Cabang Kampung Baru Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).

Gunawan, A., Soer, U. D., & ... (2023). Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pelatihan Digital Entrepreneurship Bagi Umkm Di Desa Sukaragam. *Jurnal Gembira* <https://gembirapkmy.id/index.php/jurnal/article/view/96>

Gunawan, A., Sucipto, I., Karyono, K., & ... (2023). Pendekatan Kreatif Mempelajari Kepemimpinan Digital Pada UMKM Di Bekasi. *Management Studies and* <https://yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/view/1631>

Maretha, F., Sepriansyah, S., & ... (2018). Model Penerapan Informasi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kota Palembang. *Eksis: Jurnal Riset* <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/173>

Sharma, S., & Jakhar, P. (2025). The Future of Marketing in the Era of Internet of Things. *IEEE Engineering Management Review*, PP, 1–25. <https://doi.org/10.1109/EMR.2025.3537692>

Sulyianto, S., Novandari, W., Jati, D. P., & ... (2023). Techno-Social Commerceprenurship: Opportunities and Changllenges for Culinary MSMES. *Proceeding of* <http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/3895>

Sunyoto, H. K. (2024). A Performance Study of Micro-Small-Medium-Enterprises (MSMEs) in Emerging Economy: Role of Entrepreneurial Orientation. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/55435>

Wibowo, T. S., Handayani, C. M. S., & Susanto, D. D. (2022). Kepuasan Kerja Karyawan UMKM Di Era New Normal. *SNHRP*, 741–749.