

Peningkatan Literasi Digital Masyarakat melalui Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengembangan Usaha Mikro di Desa X

Siti Rosmayati

Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia

e-mail: siti.rosmayati91@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah memberikan berbagai peluang bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pemasaran melalui pemanfaatan media sosial. Namun, masih banyak pelaku usaha mikro yang memiliki keterbatasan dalam memahami dan memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat melalui pelatihan pemanfaatan media sosial bagi pelaku usaha mikro. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Materi pelatihan mencakup pengenalan literasi digital, penggunaan media sosial untuk pemasaran, pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan fitur bisnis pada berbagai platform media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengelola media sosial sebagai media pemasaran usaha. Peserta mampu membuat akun bisnis, menyusun konten promosi yang menarik, serta memanfaatkan media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya transformasi digital dalam mendukung perkembangan usaha di era modern. Dengan demikian, pelatihan literasi digital melalui pemanfaatan media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro dan mendukung pengembangan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Literasi Digital, Media Sosial, Usaha Mikro, Pemasaran Digital, Pengabdian kepada Masyarakat.

Abstract

The development of digital technology has provided various opportunities for micro-enterprises to increase their competitiveness and expand their marketing reach through the use of social media. However, many micro-enterprises still struggle to understand and optimally utilize social media as a means of promotion and business development. This community service activity aims to improve digital literacy in the community through training on social media utilization for micro-enterprises. The methods used included observation, interviews, material delivery, hands-on practice, mentoring, and evaluation through pre- and post-tests. The training materials covered an introduction to digital literacy, the use of social media for marketing, promotional content creation, and the utilization of business features on various social media platforms. The results of the activity demonstrated an increase in participants' understanding and skills in managing social media as a marketing tool for their businesses. Participants were able to create business accounts, create engaging promotional content, and utilize social media to reach a wider audience. Furthermore, this activity also raised participants' awareness of the importance of digital transformation in supporting

business development in the modern era. Therefore, digital literacy training through the use of social media has proven effective in increasing the capacity of micro-enterprises and supporting sustainable community economic development.

Keywords: *Digital Literacy, Social Media, Micro-Enterprises, Digital Marketing, Community Service.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam kegiatan ekonomi dan bisnis. Transformasi digital telah mendorong perubahan pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran berbasis digital yang memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sarana utama untuk menjangkau konsumen. Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi platform yang efektif untuk memperkenalkan produk, membangun merek, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar. Berbagai platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produk secara lebih cepat, murah, dan efektif dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Oleh karena itu, kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat, khususnya bagi pelaku usaha mikro yang ingin meningkatkan daya saing usahanya di era digital (Maulana & Rosmayati, 2020b).

Meskipun perkembangan teknologi digital terus meningkat, kenyataannya masih banyak pelaku usaha mikro di tingkat desa yang belum mampu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk mendukung kegiatan usahanya. Keterbatasan pengetahuan, rendahnya tingkat literasi digital, kurangnya keterampilan dalam membuat konten promosi, serta minimnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital menjadi beberapa faktor yang menyebabkan pemanfaatan media sosial belum berjalan secara maksimal. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut atau penjualan secara langsung kepada konsumen di sekitar lingkungan tempat tinggal mereka. Kondisi tersebut menyebabkan ruang lingkup pemasaran menjadi terbatas sehingga potensi peningkatan penjualan dan pengembangan usaha belum dapat dicapai secara optimal. Selain itu, persaingan usaha yang semakin ketat menuntut pelaku usaha mikro untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tidak tertinggal dari kompetitor yang telah lebih dahulu memanfaatkan media digital dalam kegiatan bisnisnya (Rosmayati & Maulana, 2023).

Literasi digital merupakan salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki masyarakat dalam menghadapi tantangan era transformasi digital. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga kemampuan mengakses, memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan informasi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Dalam konteks pengembangan usaha mikro, literasi digital berperan penting dalam membantu pelaku usaha memahami cara membangun identitas bisnis di media sosial, membuat konten yang menarik, menjalin komunikasi dengan pelanggan, serta memanfaatkan berbagai fitur digital untuk mendukung pemasaran produk. Melalui peningkatan literasi digital, masyarakat diharapkan mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan daya saing usaha. Dengan demikian, pelatihan literasi digital menjadi salah satu upaya strategis untuk memberdayakan masyarakat agar lebih siap menghadapi perubahan dan peluang yang muncul di era ekonomi digital (Rosmayati & Maulana, 2020).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital melalui pelatihan pemanfaatan media sosial

untuk pengembangan usaha mikro. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada masyarakat dalam mengelola akun media sosial bisnis, membuat konten promosi yang menarik, serta menerapkan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik usaha yang dijalankan. Selain memberikan materi teoritis, kegiatan pelatihan juga dilengkapi dengan praktik langsung dan pendampingan sehingga peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh secara nyata. Diharapkan melalui kegiatan ini, pelaku usaha mikro dapat meningkatkan kemampuan pemasaran digitalnya, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan produk, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga menjadi bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung program pemberdayaan masyarakat dan percepatan transformasi digital di tingkat lokal (Maulana & Rosmayati, 2025).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pelaksanaan diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan melalui observasi dan wawancara kepada pelaku usaha mikro untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terkait literasi digital dan pemanfaatan media sosial dalam kegiatan usaha. Selanjutnya, dilakukan penyusunan materi pelatihan yang mencakup konsep dasar literasi digital, pengenalan berbagai platform media sosial, strategi pemasaran digital, pembuatan konten promosi yang menarik, serta pemanfaatan fitur bisnis pada media sosial. Kegiatan pelatihan dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung sehingga peserta dapat memahami materi sekaligus menerapkannya secara nyata. Pada tahap praktik, peserta dibimbing untuk membuat akun bisnis, menyusun profil usaha, membuat konten promosi berupa gambar maupun video sederhana, serta mengunggah konten tersebut ke media sosial yang digunakan. Setelah pelatihan selesai, dilakukan pendampingan untuk membantu peserta mengatasi kendala yang dihadapi selama penerapan media sosial sebagai sarana pemasaran. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, serta melalui pengamatan terhadap kemampuan peserta dalam mengelola media sosial usaha setelah mengikuti pelatihan. Hasil evaluasi kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui efektivitas program dalam meningkatkan literasi digital dan kemampuan pemasaran digital pelaku usaha mikro sebagai indikator keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan mendapatkan respons yang sangat positif dari para peserta, khususnya pelaku usaha mikro yang menjadi sasaran program. Pada tahap awal kegiatan, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah menggunakan telepon pintar dalam aktivitas sehari-hari, namun pemanfaatannya masih terbatas pada komunikasi dan hiburan. Pengetahuan peserta mengenai pemasaran digital dan penggunaan media sosial sebagai sarana pengembangan usaha masih tergolong rendah. Banyak peserta yang belum memiliki akun bisnis khusus untuk usahanya, belum memahami cara membuat konten promosi yang menarik, serta belum mengetahui strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan yang cukup besar terhadap program pelatihan literasi digital sebagai upaya meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung kegiatan ekonomi (Maulana, 2022).

Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan baik dan peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Materi yang diberikan mencakup pengenalan literasi

digital, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, teknik fotografi produk sederhana, pembuatan konten promosi, serta penggunaan fitur bisnis pada platform media sosial. Selama sesi praktik, peserta dibimbing secara langsung untuk membuat akun bisnis, mengatur profil usaha, mengunggah foto produk, menulis deskripsi produk yang menarik, serta membuat konten promosi yang sesuai dengan karakteristik target konsumen. Pendekatan praktik langsung terbukti efektif dalam membantu peserta memahami materi karena mereka dapat mencoba dan menerapkan setiap langkah yang dijelaskan oleh tim pelaksana. Selain itu, sesi diskusi interaktif memberikan kesempatan kepada peserta untuk menyampaikan berbagai kendala yang selama ini dihadapi dalam memasarkan produk mereka (Maulana¹ et al., 2022).

Hasil evaluasi yang dilakukan melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai literasi digital dan pemasaran berbasis media sosial. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami pentingnya membangun identitas usaha secara digital dan belum mengetahui teknik promosi yang efektif melalui media sosial. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu menjelaskan fungsi media sosial dalam mendukung kegiatan usaha, memahami pentingnya konsistensi dalam pembuatan konten, serta mampu menggunakan berbagai fitur digital untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain peningkatan pengetahuan, peserta juga menunjukkan peningkatan keterampilan praktis, seperti kemampuan membuat konten promosi sederhana, mengelola akun bisnis, dan memanfaatkan fitur komunikasi digital untuk menjangkau calon konsumen secara lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung perkembangan usaha mereka (Maulana & Rosmayati, 2020c).

Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha mikro di era transformasi digital. Pemanfaatan media sosial tidak hanya membantu memperluas jangkauan pemasaran, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan meningkatkan nilai tambah produk yang ditawarkan. Meskipun demikian, masih diperlukan pendampingan lanjutan agar peserta dapat menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh secara konsisten dan berkelanjutan. Pendampingan tersebut penting untuk membantu peserta menghadapi perubahan tren digital yang terus berkembang serta mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Dengan adanya peningkatan literasi digital dan kemampuan pemasaran berbasis teknologi, diharapkan pelaku usaha mikro mampu meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan (Maulana & Rosmayati, 2024).

Selain memberikan manfaat bagi pelaku usaha mikro, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya transformasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Peserta mulai memahami bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai alat produktif untuk mendukung aktivitas ekonomi dan pengembangan usaha. Beberapa peserta menunjukkan inisiatif untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dengan memanfaatkan fitur-fitur media sosial seperti video pendek, siaran langsung (*live streaming*), serta promosi melalui grup komunitas digital. Perubahan pola pikir ini menjadi indikator penting bahwa kegiatan pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga membangun motivasi dan kepercayaan diri dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif. Kesadaran tersebut diharapkan mampu mendorong peserta untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang terus berubah (Rosmayati & Maulana, 2025).

Selama proses pendampingan, ditemukan beberapa tantangan yang dihadapi peserta dalam menerapkan hasil pelatihan. Kendala yang paling sering muncul adalah keterbatasan

waktu untuk mengelola media sosial secara rutin, kurangnya kemampuan dalam menciptakan konten yang menarik secara konsisten, serta keterbatasan perangkat pendukung untuk menghasilkan foto dan video promosi yang berkualitas. Selain itu, sebagian peserta masih memerlukan bimbingan dalam memahami algoritma media sosial dan teknik analisis sederhana untuk mengukur efektivitas promosi yang dilakukan. Meskipun demikian, semangat peserta untuk terus mengembangkan usahanya menjadi modal utama dalam mengatasi berbagai hambatan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang berkelanjutan antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan pelaku usaha agar proses transformasi digital dapat berjalan secara lebih optimal dan memberikan dampak yang lebih luas bagi masyarakat (Maulana, 2020).

Dari hasil pelaksanaan kegiatan dapat diketahui bahwa pendekatan pelatihan yang mengombinasikan penyampaian materi, praktik langsung, dan pendampingan merupakan metode yang efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta. Metode ini memungkinkan peserta memperoleh pengalaman belajar yang lebih aplikatif sehingga materi yang diberikan dapat langsung diterapkan pada usaha yang mereka jalankan. Keberhasilan program ini juga menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat menjadi sarana yang efektif dalam menjembatani transfer pengetahuan dari perguruan tinggi kepada masyarakat. Dengan meningkatnya kemampuan literasi digital dan keterampilan pemasaran digital peserta, diharapkan usaha mikro yang dikelola masyarakat dapat berkembang lebih baik, memiliki daya saing yang lebih tinggi, serta mampu berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan masyarakat di lingkungan sekitarnya (Maulana & Rosmayati, 2020a).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa pelatihan literasi digital melalui pemanfaatan media sosial berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman pelaku usaha mikro dalam menggunakan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk dan pengembangan usaha. Peserta mampu memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk membangun identitas usaha, membuat konten promosi yang lebih menarik, serta memperluas jangkauan pemasaran kepada calon konsumen. Peningkatan kemampuan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan yang diberikan efektif dalam mendukung transformasi digital di tingkat masyarakat. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan serupa dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas serta didukung oleh program pendampingan lanjutan guna membantu pelaku usaha mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih optimal, meningkatkan kualitas konten promosi, dan memanfaatkan teknologi digital secara konsisten sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha serta kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Maulana, A. (2020). Korelasi Perspektif Standar Rasio Likuiditas, Solvabilitas Dan Rentabilitas Koperasi Terhadap Kinerja Keuangan Primer Koperasi Kartika Ardagusema Cimahi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 69–84.
- Maulana, A. (2022). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Pencatatan Simpan Pinjam. *Koaliansi : Cooperative Journal*, 1(2), 97–110. <https://doi.org/10.32670/koaliansi.v1i2.1147>
- Maulana, A., & Rosmayati, S. (2020a). Implementasi Good Governance Dalam Proses Transfer Aset Pemerintah Daerah Kota Sumedang. *Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 1–24.
- Maulana, A., & Rosmayati, S. (2020b). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.).

Bandung:Ellunar.

- Maulana, A., & Rosmayati, S. (2020c). *Strategi bisnis Perusahaan Jasa*. Guepedia.
- Maulana, A., & Rosmayati, S. (2024). Manajemen Strategi (Edisi 3 Revisi). In *Publisher Yayasan Azka Hafidz Maulana* (3rd ed.). Publisher Yayasan Azka Hafidz Maulana.
- Maulana, A., & Rosmayati, S. (2025). Filsafat Manajemen. In *Publisher Yayasan Azka Hafidz Maulana*. Publisher Yayasan Azka Hafidz Maulana.
- Maulana¹, A., Rosmayati², S., Azka, Y., & Maulana, H. (2022). Eksplorasi Hubungan Komunikasi dan Perilaku Individu. *Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN)*, 1, 54–61.
- Rosmayati, S., & Maulana, A. (2020). *Pemikiran, Peran Kesamaan, Kredit Perbankan, Dari Unit, Syariah Simpan, Mikro Efektifitas, Dan Dalam, Kredit Kesejahteraan, Meningkatkan*. 3(1), 26–40.
- Rosmayati, S., & Maulana, A. (2023). Bibliometric Analysis of Teacher Leadership Using VOSviewer. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 233–245. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/al-tanzim/article/view/5256>
- Rosmayati, S., & Maulana, A. (2025). Analisis Model Teori dalam Pengembangan Pembelajaran: Studi Kasus Model Konstruktivisme. *International Journal of Science Education and Technology Management*, 1(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14904283>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. In M. Dr.Ir.Sutopo, S.Pd (Ed.), *Alfabeta Bandung* (Edisi Kedu). CV Alfabeta.