



Pelatihan Literasi Media Digital Bagi Siswa Calon Pelaku UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara

Enjang Pera Irawan^{1, *}, Yuliawati²

^{1,2}Universitas Mercu Buana, Jl. Raya Meruya Selatan., Kec. Kembangan, DKI Jakarta 11650

¹enjang.irawan@mercubuana.ac.id*; ²yuliawati.hardi@mercubuana.ac.id

Artikel History:

Received: 2024-06-03 / Received in revised form: 2024-08-13/ Accepted: 2024-08-14

ABSTRACT

Community Service Program (PkM) aims to assist prospective SME entrepreneurs at SMKN 49 North Jakarta in adopting digital technology to enhance their businesses. Through this training, the goal is to position these potential SME entrepreneurs in the e-commerce market. The training provides an understanding of the importance of digital technology, challenges faced by SMEs in the digital era, the urgency of digital literacy, various digital platforms that can be utilized, and the process of initiating and going digital in business. Training methods include material presentations, interactive discussions, and simulations. The program yields participants who acquire knowledge about the issues and solutions encountered by SMEs in the digital era, an understanding of the crucial role of digital literacy for SMEs to thrive and grow, awareness of diverse digital platforms for business purposes, and guidance for prospective SME entrepreneurs on how to initiate and go digital. Therefore, this program contributes to enhancing the skills and knowledge of prospective SME entrepreneurs in the e-commerce market.

Keywords : *digital literacy, prospective entrepreneur, SME products*

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini bertujuan membantu calon pelaku UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan bisnis mereka. Melalui pelatihan ini, diharapkan calon pelaku UMKM menjadi di pasar *e-commerce*. Pelatihan ini memberikan pemahaman terkait pentingnya teknologi digital, solusi yang dihadapi pelaku UMKM di era digital, urgensi literasi digital, ragam platform digital yang dapat dimanfaatkan, serta cara memulai bisnis dan go digital. Metode pelatihan mencakup pemaparan materi, diskusi interaktif, dan simulasi. Hasil yang dihasilkan dari program ini yaitu peserta memperoleh pengetahuan tentang masalah dan solusi yang dihadapi pelaku UMKM di era digital, pemahaman tentang urgensi literasi digital bagi UMKM untuk terus tumbuh dan berkembang, pemahaman akan ragam platform digital yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk kepentingan bisnis, serta membimbing calon entrepreneur UMKM tentang cara memulai bisnis dan go digital. Dengan demikian, program ini membantu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan calon pelaku UMKM di pasar *e-commerce*.

Kata kunci: *literasi digital, calon entrepreneur, produk UMKM*

* Enjang Pera Irawan

Tel.: -

Email: enjang.irawan@mercubuana.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha kecil yang terbukti mampu mendorong dan menstimulasi pertumbuhan perekonomian nasional. Data Kementerian Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop dan UKM) menunjukkan bahwa terdapat 97% lapangan kerja disediakan oleh UKM sehingga memiliki peran penting dalam mengurangi pengangguran kerja di Indonesia. Upaya untuk mendukung hal tersebut memerlukan dukungan semua pihak untuk mengembangkan dan menciptakan sektor usaha kecil yang maju, mandiri dan inovatif (Putra & Ghani, 2020).

Ironinya saat ini terdapat 36% UKM di Indonesia masih terkendala dengan pemasaran tradisional. Hingga saat ini, terdapat 37 % UKM hanya memiliki kemampuan *internet marketing* dasar seperti akses komputer dan *bandwidth*. Sisanya, 18% UMKM dikategorikan sudah memiliki kemampuan *internet marketing* menengah karena sudah dapat memanfaatkan *website* dan media sosial. Informasi lain juga menyebutkan bahwa terdapat 9% saja dikategorikan memiliki kemampuan canggih dalam pemasaran digital (Erlanitasari et al., 2020).

Berkaca pada kondisi tersebut, maka pelaku UMKM perlu memperkuat strategi digital mereka. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Slamet, dkk (2016) yang menunjukkan bahwa di butuhnya strategi baru sebagai upaya pengembangan berbasis digital terhadap UKM dalam penyediaan infrastruktur *Information and Communication Technology* (ICT), proses produksi, dan perluasan pasar baik dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang agar para UMKM mampu memiliki daya saing dan meningkatkan kinerjanya. Hal ini selaras dengan gerakan UMKM *go Online* yang telah diagendakan oleh Kementrian Komunikasi dan Informasi (Wibowo, 2021).

Untuk itu calon entrepreneur UMKM dituntut untuk memiliki pemahaman dan pengetahuan terkait pentingnya teknologi digital, serta memahami penggunaan teknologi digital apa saja yang relevan dengan bisnis mereka. Teknologi digital sudah tentu harus dimanfaatkan seluas-luasnya agar pelaku UMKM dapat bersaing dalam menjangkau pasar yang jauh lebih luas dan kompetitif (Jiang, 2024; Wang, 2024). Melihat kondisi inilah maka Literasi Media Digital Untuk Calon *Entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara semakin relevan jika dilakukan.

Penerapan konsep pemasaran berbasis teknologi digital atau yang sering disebut dengan *digital marketing* dapat memberikan harapan baru bagi UMKM untuk tumbuh dan menjadi pusat kekuatan ekonomi. Strategi digital marketing diperkirakan memiliki pengaruh sebesar 78% dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produk mereka. JP. Morgan (2019) menyatakan bahwa percepatan proses digitalisasi telah menciptakan peluang besar serta ancaman besar bagi bisnis. Mereka yang gagal untuk mengikuti perkembangan digital akan terpinggirkan, dan UMKM yang tidak terlibat dalam dunia digital akan semakin rentan (Wibowo, 2021). Selain itu, teknologi digital juga menjadi sumber daya kunci dalam aktivitas kewirausahaan, dan minat terhadap kewirausahaan digital semakin meningkat (Chae & Goh, 2020).

Literasi digital penting bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi, dan menurut UNESCO ini berarti kemampuan untuk menggunakan TIK untuk mencari, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat, dan mengkomunikasikan konten atau informasi. Gilster (1997) menyatakan bahwa literasi digital lebih mengacu pada kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai format media digital dengan penekanan pada kemampuan berpikir kritis daripada keterampilan teknis. Selain itu, media baru menjadi interaktif, yaitu kemampuan memilih isi pesan dari berbagai pilihan yang ditawarkan media (Erlita, 2014). Oleh karena itu, evaluasi kritis terhadap informasi diperoleh dari media digital lebih diutamakan daripada keterampilan teknis untuk mengakses media digital tersebut (Wibowo, 2021). UNESCO dalam Kemendikbud (2017) mengartikan literasi digital sebagai dasar penting untuk memahami perangkat teknologi, informasi, dan komunikasi. Gilster dalam Riel, et.al. (2012) juga menjelaskan bahwa literasi digital mencakup kemampuan penggunaan teknologi dan informasi dari perangkat digital secara efektif dan efisien serta mampu memahami dan mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui media digital.

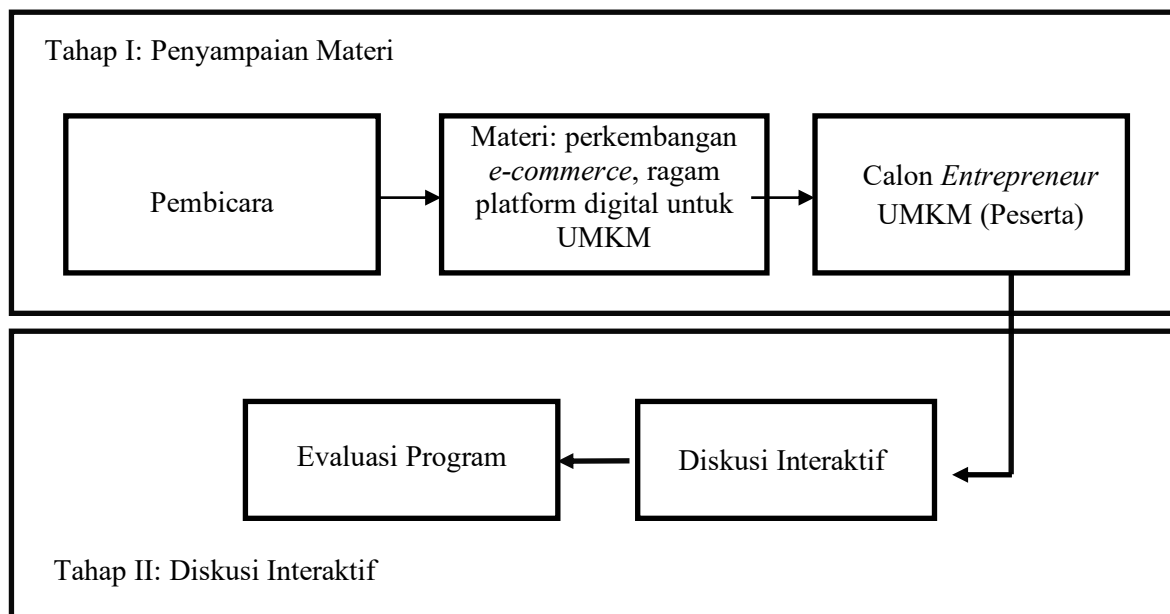
Setelah melakukan analisis situasi, SMKN 49 Jakarta Utara menemukan bahwa para siswa yang memiliki minat dalam dunia bisnis membutuhkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana

memanfaatkan teknologi digital dalam berbisnis. Oleh karena itu, kami merencanakan untuk menyelenggarakan program Pengabdian Kepada Masyarakat berupa sosialisasi literasi media digital untuk para calon entrepreneur UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara. Program ini dimulai dengan pengantar dasar tentang literasi media digital, termasuk teori, jenis-jenis media, serta aplikasi dan platform yang relevan. Siswa akan terlibat dalam praktik pembuatan konten, strategi pemasaran digital seperti SEO dan SEM, serta teknik pengelolaan media sosial dan analisis data. Selain itu, pelatihan ini juga mencakup aspek keamanan dan etika digital untuk memastikan siswa mampu melindungi data dan berinteraksi dengan etis dalam dunia maya.

Tujuan utama dari program pengabdian ini yaitu untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan dan keterampilan siswa calon *entrepreneur* dalam memanfaatkan media digital untuk bisnis. Dengan memahami dan menguasai berbagai platform digital, siswa akan dapat membuat konten yang efektif, mengelola akun media sosial secara profesional, dan menerapkan strategi pemasaran digital yang berhasil. Selain itu, program ini bertujuan membekali siswa dengan pengetahuan tentang keamanan digital dan etika berbisnis online, serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan sebagai pelaku UMKM di era digital. Dengan keterampilan ini, siswa SMKN 49 Jakarta Utara diharapkan dapat sukses dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka di masa depan.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program pengabdian masyarakat dengan tema "Literasi Media Digital untuk Calon *Entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara" akan dilaksanakan dengan tiga metode pelaksanaan, yaitu ceramah, diskusi interaktif, dan evaluasi. Untuk memberikan penjelasan yang lebih detail, akan diberikan sebuah ilustrasi dalam bentuk Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1: Metode Pelaksanaan

Adapun penjelasan mengenai metode pelaksanaan yaitu sebagai berikut:

1. Metode ceramah.
Metode ini digunakan untuk memberikan pemahaman dasar tentang literasi media digital yang dibutuhkan oleh calon entrepreneur UMKM. Dalam ceramah ini, narasumber akan menyampaikan pengetahuan mengenai cara memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan, serta cara mengoptimalkan media digital untuk meningkatkan omset penjualan.
2. Diskusi interaktif.

Peserta akan diajak untuk aktif berpartisipasi dalam diskusi dan berbagi pengalaman tentang penggunaan media digital untuk kepentingan bisnis. Diskusi ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman peserta tentang literasi media digital dan bagaimana penerapannya dalam bisnis. Peserta juga diajak untuk berdiskusi mengenai kendala dan solusi dalam menggunakan media digital dalam bisnis.

3. Pelaksanaan evaluasi.

Metode ini akan digunakan untuk mengukur pengetahuan peserta setelah mengikuti program pengabdian masyarakat ini. Tahap evaluasi kegiatan dilakukan dengan memberikan kuis yang berisi pertanyaan-pertanyaan seputar literasi media digital dan penerapannya dalam bisnis. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa Dalam evaluasi pelatihan "Literasi Media Digital untuk Calon Entrepreneur UMKM" di SMKN 49 Jakarta Utara, data menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta secara signifikan. Rata-rata skor pre-test peserta adalah 62, sedangkan rata-rata skor post-test setelah pelatihan meningkat menjadi 80. Perhitungan menunjukkan selisih skor sebesar 18 poin, yang menghasilkan prosentase peningkatan pengetahuan sekitar 29.03%. Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta mengenai literasi media digital, memperlihatkan peningkatan yang substansial dalam kemampuan mereka untuk menerapkan pengetahuan ini dalam konteks bisnis UMKM.

Adapun jadwal kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Rundown Acara PkM

No	Kegiatan	Waktu	Durasi
1	Registrasi Peserta	07.30 -08.00	30 menit
2	Pembukaan Kegiatan PPM	08.00 – 08.30	30 menit
3	Penyampaian Materi	08.30 – 09.30	60 meint
4	Diskusi Interaktif	09.30 – 11.45	135 meint
5	Penutupan	11.45 – 12.00	15 meint

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PPM) dilaksanakan secara tim, dimana ketua program PPM bertugas dalam penyusunan proposal, laporan, dan jurnal pengabdian kepada masyarakat. Sementara anggota program PPM bertugas untuk koordinasi dengan mitra yaitu SMKN 49 Jakarta Utara terkait menyiapkan teknis pelaksanaan program PPM. Kemudian pada hari pelaksanaan PPM, ketua dan anggota bertugas menjadi pembicara secara bergantian.

Tiga metode pelaksanaan yang berbeda pada kegiatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang holistik bagi peserta kegiatan yaitu calon enterpreneur UMKM dari SMKN 49 Jakarta Utara tentang literasi media digital. Peserta diharapkan dapat mengaplikasikan pengetahuan yang didapat dalam bisnis mereka dan meningkatkan kualitas bisnis melalui pemanfaatan media digital yang tepat dan efektif.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Program literasi media digital yang diadakan oleh Universitas Mercu Buana merupakan salah satu bagian dari Implementasi Integrasi CSR, bertujuan untuk membantu calon entrepreneur UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk kepentingan bisnis mereka. Program ini merupakan bagian dari program pengabdian kepada masyarakat (PPM) yang dilaksanakan oleh Pusat Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Mercu Buana (PPM-UMB).

Para peserta sangat antusias mengikuti program pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini. Program PkM ini dilaksanakan pada hari Kamis, 31 januari 2023 yang dimulai dari Pukul 10.00 WIB s.d 12.00 WIB yang bertempat di SMKN 49 Jakarta Utara dengan alamat yaitu di Jl. Sarang Bango No.1, RT.6/RW.4, Marunda, Kec. Cilincing, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Peserta pelatihan pada kegiatan ini merupakan siswa kelas 12. Jumlah peserta yang hadir dalam keguatan ini yaitu berjumlah 25 peserta.

Partisipasi peserta cukup tinggi, dimana mereka menyimak dengan baik dan turut aktif berdiskusi dengan pemateri. Gambar 2 dan Gambar 3 merupakan dokumentasi dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan:



Gambar 2. Penyampaian materi perkembangan e-commerce di Indonesia dan masalah dan solusi bisnis skala UMKM di era digital



Gambar 3. Penyampaian materi ragam platform digital untuk UMKM dan bagaimana UMKM go digital

Dalam program ini, peserta akan diberikan pemahaman terkait perkembangan *e-commerce* di Indonesia, serta masalah dan solusi yang dihadapi oleh pelaku UMKM di era digital. Peserta juga akan dipahamkan mengenai urgensi atau pentingnya literasi digital bagi UMKM untuk terus tumbuh dan berkembang, serta diberikan pengetahuan mengenai ragam platform digital yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk kepentingan bisnis mereka. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan pada butir-butir berikut ini:

1. Memberikan pemahaman terkait perkembangan *e-commerce* di Indonesia.

Program literasi media digital untuk para calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara merupakan sebuah program yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan terkait perkembangan *e-commerce* di Indonesia kepada calon *entrepreneur* UMKM. Melalui program ini, para calon *entrepreneur* diharapkan dapat memahami pentingnya memiliki pengetahuan dan keterampilan di bidang *digital marketing*, yang kini semakin menjadi hal yang krusial dalam mengembangkan bisnis. Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah cara konsumen melakukan pembelian dan transaksi. *E-commerce* menjadi salah satu bentuk bisnis yang semakin populer di Indonesia. *E-commerce* juga memberikan banyak keuntungan, seperti biaya operasional yang lebih rendah, pembayaran yang mudah, serta pasar yang lebih luas (Syahputri, 2024). Namun, *e-commerce* juga memiliki tantangan yang harus diatasi oleh para *entrepreneur*, seperti persaingan yang semakin ketat dan regulasi yang semakin kompleks. Kegiatan pada pengabdian ini sejalan dengan hasil penelitian yang mengemukakan bahwa pemahaman terkait *e-commerce* penting bagi UMKM untuk mengidentifikasi keuntungan dan tantangan dalam berbisnis online serta meningkatkan kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi untuk mengoptimalkan bisnis mereka (Hidayanto, A. N., & Wahyudi, 2017). Pemahaman ini juga membantu UMKM dalam merencanakan strategi pemasaran online dan mengidentifikasi kebutuhan teknologi informasi yang diperlukan dalam bisnis online. Program literasi media digital ini akan membantu calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara untuk memahami konsep dan strategi pemasaran digital, seperti *social media marketing*, SEO (*Search Engine Optimization*), SEM (*Search Engine Marketing*), dan sebagainya. Selain itu, program ini juga akan membantu calon *entrepreneur* untuk memahami berbagai platform *e-commerce* yang tersedia, seperti *marketplace*, *social commerce*, dan lainnya. Program ini juga akan membantu calon *entrepreneur* UMKM untuk memahami pentingnya mengelola data dan informasi pelanggan, serta mengembangkan strategi pemasaran yang tepat guna memperluas area jangkauan pasar serta meningkatkan konversi. Harapan dari diadakannya program ini juga akan membantu calon *entrepreneur* untuk memahami risiko dan strategi mitigasi dalam menjalankan bisnis *online*.

2. Memahami masalah dan solusi bisnis skala UMKM di era digital

Program literasi media digital untuk para calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara tidak hanya memberikan pemahaman terkait perkembangan *e-commerce* di Indonesia, tetapi juga memberikan pengetahuan terkait masalah dan solusi yang dihadapi pelaku UMKM di era digital. Di era digital ini, pelaku UMKM dihadapkan pada banyak tantangan dan hambatan, seperti adanya persaingan yang semakin ketat, terjadinya perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi yang semakin canggih, serta kebijakan pemerintah yang terus berubah. Memahami masalah dan solusi bisnis skala UMKM di era digital menjadi sangat penting dikarenakan UMKM merupakan salah satu tulang punggung aspek perekonomian di banyak negara, termasuk di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, UMKM telah menyumbang sekitar 60% terhadap PDB nasional, menciptakan lapangan pekerjaan sekitar 97% di sektor non-pertanian, dan memiliki potensi besar untuk pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan (Susanty, A., & Ariyanti, 2020). Salah satu masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM pada era digital ialah terbatasnya akses ke pasar. Dalam bisnis online, akses ke pasar sangat penting untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan omzet penjualan. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki akses ke pasar yang luas. Oleh karena itu, melalui program literasi media digital, calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara akan mempelajari cara mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Masalah lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM pada era digital adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam mengelola bisnis secara digital. Banyak pelaku UMKM yang tidak memahami bagaimana cara memanfaatkan teknologi dan internet untuk mengembangkan bisnis mereka. Melalui program ini, calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara dapat mempelajari keterampilan dasar *digital marketing*, seperti SEO, SEM, *social media marketing*, dan ketrampilan pendukung lainnya, serta memahami bagaimana cara memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis mereka. Selain itu, pelaku UMKM dihadapkan pada masalah keamanan dan privasi dalam bisnis online. Kekhawatiran pelanggan terkait keamanan data dan privasi menjadi masalah yang sangat penting dalam bisnis *online*. Oleh karena itu, melalui program ini, calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara akan mempelajari cara mengelola data dan informasi pelanggan dengan aman dan menjaga privasi pelanggan.

3. Memahami ragam platform digital yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk kepentingan bisnis

Program literasi media digital untuk calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara tidak hanya memberikan pengetahuan terkait masalah dan solusi yang dihadapi pelaku UMKM di era digital, tetapi juga memberikan pemahaman akan ragam *platform* digital yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk kebutuhan kepentingan bisnis. Sebagai pelaku UMKM, memanfaatkan platform digital merupakan salah satu upaya untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami *platform* digital mana yang tepat untuk bisnis mereka. Oleh karena itu, melalui program literasi media digital, calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara akan mempelajari ragam platform digital yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis mereka, diantaranya:

a. *E-Commerce Platform*

E-commerce platform merupakan *platform* digital yang memungkinkan pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka secara *online* atau daring dan menjualnya kepada pelanggan melalui *platform* tersebut. Beberapa platform *e-commerce* yang populer di Indonesia adalah Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada. Melalui program literasi media digital, calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara akan mempelajari teknik pemanfaatan platform *e-commerce* ini untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan.

b. *Social Media Platform*.

Social media platform, seperti Facebook, Twitter, Instagram dan LinkedIn, dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan mempromosikan produk mereka. Melalui program literasi media digital, para calon *entrepreneur* UMKM di

SMKN 49 Jakarta Utara akan mempelajari cara memanfaatkan *social media platform* ini untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

c. Website Platform.

Website platform adalah *platform digital* yang memungkinkan pelaku UMKM untuk membuat dan mengelola website bisnis mereka sendiri. Dengan memiliki website bisnis, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Melalui program ini, calon entrepreneur UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara akan mempelajari cara membuat dan mengelola *website* bisnis mereka sendiri.

d. Mobile Apps Platform.

Mobile apps platform adalah *platform digital* yang memungkinkan pelaku UMKM untuk membuat aplikasi mobile untuk bisnis mereka. Aplikasi mobile dapat membantu pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Melalui ini, para calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara akan mempelajari cara membuat dan mengelola aplikasi *mobile* untuk bisnis mereka sendiri.

Salah satu keuntungan utama dari penggunaan platform digital bagi pelaku UMKM adalah memperluas area jangkauan pasar. Dengan adanya *platform digital*, UMKM dapat menjual produk atau layanan mereka secara daring dan menjangkau konsumen yang berada di daerah yang jauh atau bahkan hingga luar negeri. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform digital oleh UMKM meningkatkan kemampuan mereka untuk mencapai pelanggan baru dan meningkatkan penghasilan mereka (Amine, A., Mejri, R., & Zekri, 2017). Kemudian sebuah studi menemukan bahwa penggunaan platform digital oleh UMKM di Indonesia meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi (Ahmad, N., Noor, A., & Ishak, 2017).

Dengan memahami ragam platform digital yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis, pelaku UMKM dapat memilih platform yang tepat sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Melalui program literasi media digital, calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara akan dapat memilih *platform digital* yang tepat dan memanfaatkannya secara efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

4. Mengetahui bagaimana langkah calon entrepreneur UMKM untuk memulai bisnis dan go digital.

Program literasi media digital yang diadakan untuk para calon *entrepreneur* UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara tidak hanya memberikan pemahaman terkait masalah dan solusi yang dihadapi pelaku UMKM di era digital serta ragam platform digital yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk kepentingan bisnis, tetapi juga memberikan panduan langkah-langkah untuk memulai bisnis dan *go digital*.

Berikut ini adalah beberapa tahapan yang bisa diambil oleh calon entrepreneur UMKM untuk memulai bisnis dan *go digital*:

- a. Menentukan Jenis Produk atau Jasa: Langkah pertama yang harus diambil oleh calon *entrepreneur* UMKM adalah menentukan jenis produk atau jasa yang ingin ditawarkan. Pilihlah produk atau jasa yang sesuai dengan minat dan keahlian Anda serta memiliki potensi pasar yang besar.
- b. Membuat Rencana Bisnis: Setelah menentukan jenis produk atau jasa yang akan ditawarkan, langkah selanjutnya adalah membuat rencana bisnis. Rencana bisnis ini harus mencakup gambaran bisnis secara keseluruhan, target pasar, strategi pemasaran, dan sumber daya yang dibutuhkan.
- c. Membuat *Branding*: *Branding* merupakan salah satu aspek utama dalam memulai bisnis. *Branding* harus mampu menciptakan identitas yang kuat dan mudah diingat bagi pelanggan. *Branding* juga dapat membantu membedakan produk atau jasa yang ditawarkan dengan pesaing di pasar.
- d. Membuat Website atau Toko Online: Media website atau toko online merupakan sarana yang penting dalam *go digital*. Website atau toko online dapat membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Pastikan website atau toko online memiliki tampilan yang menarik dan mudah digunakan.

- e. Menerapkan SEO: SEO merupakan teknik untuk meningkatkan visibilitas website atau toko online di mesin pencari seperti Google. Dengan menerapkan SEO, pelaku UMKM dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan potensi pelanggan.
- f. Menggunakan Media Sosial: Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram dapat berguna untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan. Pastikan konten yang dibagikan di media sosial menarik dan relevan dengan target pasar.
- g. Memanfaatkan *E-Commerce Platform*: *E-commerce platform* seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan area pasar dan meningkatkan penjualan. Pelaku UMKM dapat memilih *platform e-commerce* yang sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan, termasuk bagi pelaku UMKM (Setyaningsih et al., 2019; Susano, 2024). Untuk itu penting bagi UMKM Mengetahui langkah-langkah yang tepat untuk memulai bisnis dan go digital sangat penting bagi calon entrepreneur UMKM karena dapat membantu mereka untuk meminimalkan risiko kegagalan bisnis, meningkatkan efektivitas bisnis, dan mencapai kesuksesan dalam jangka panjang. Jika calon entrepreneur UMKM memahami langkah memulai bisnis berbasis digital, maka UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan akses ke area pasar yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing bisnis UMKM di Indonesia (Santoso, D., & Wardoyo, 2020).

Untuk memastikan keberlanjutan Pelatihan Literasi Media Digital bagi calon pelaku usaha UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara, maka program PKM ini dirancang dengan melibatkan pihak sekolah untuk memantau kemajuan dan peningkatan kompetensi digital pasca pelatihan. Literasi digital sebagai upaya perubahan dan perkembangan kegiatan berdasarkan keterampilan dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi (Aini, 2023). Selain itu, program PKM ini juga dirancang untuk dapat dilaksanakan pada tahun berikutnya, sehingga keberlanjutan program dan kerjasama dengan mitra terus terjalin. Pasca pelatihan, para peserta juga didampingi oleh mahasiswa dan diberikan ruang konsultasi secara virtual.

Dengan mengikuti program ini, calon entrepreneur UMKM di SMKN 49 Jakarta Utara akan dapat mengembangkan bisnis mereka menjadi lebih efektif dan efisien. Mereka dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam bisnis *e-commerce*, serta mengatasi tantangan dan risiko yang terkait dengan bisnis *online*. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui program ini, calon *entrepreneur* UMKM dapat meningkatkan daya saing dan kemampuan mereka dalam menjalankan bisnis *online* yang sukses.

SIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan evaluasi program PkM menunjukkan bahwa program literasi digital untuk calon *entrepreneur* sangat penting untuk dilakukan. Hal ini dipengaruhi oleh banyaknya UMKM di Indonesia yang masih gagap teknologi, yang disebabkan oleh beberapa permasalahan seperti keterbatasan sumber daya, minimnya pengetahuan tentang teknologi, dan keterbatasan akses ke teknologi. Namun, ada berbagai cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk mengatasi masalah ini, seperti meningkatkan kompetensi digital mereka dengan mengikuti berbagai program pelatihan dan belajar secara mandiri melalui berbagai *platform* digital seperti youtube dan lain sebagainya. Di era digital ini, peluang bisnis semakin besar dan para siswa-siswi semakin antusias untuk memulai berbisnis skala UMKM, namun mereka belum mengerti memulainya. Program PkM ini sangat penting dilakukan secara berkelanjutan karena masih banyak siswa-siswi yang tertarik untuk berbisnis skala UMKM, namun belum tahu bagaimana memulainya. Oleh karena itu, hasil dari berbagai penelitian dosen sangat diharapkan untuk dapat disampaikan kepada masyarakat melalui sosialisasi, seminar, pelatihan, dan lain sebagainya. Kegiatan ini juga merupakan bagian dari kontribusi Universitas Mercu Buana untuk terlibat dalam memecahkan permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat, khususnya masalah pengangguran.

SARAN

Program literasi media digital yang diselenggarakan oleh Universitas Mercu Buana di SMKN 49 Jakarta Utara menunjukkan partisipasi yang cukup tinggi dari para peserta, yang aktif dalam menyimak

dan berdiskusi. Namun, untuk meningkatkan efektivitas program ini di masa mendatang, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pelaksana program PkM. Pertama, lebih diperkuatnya pendekatan praktis dalam pembelajaran dengan mengintegrasikan studi kasus dan simulasi untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang penerapan konsep yang diajarkan. Kedua, perlu ditingkatkan lagi keterlibatan praktisi industri atau ahli yang memiliki pengalaman langsung dalam bisnis digital untuk memberikan wawasan yang lebih aktual dan relevan kepada peserta. Ketiga, perlu adanya evaluasi menyeluruh terhadap program ini untuk menilai dampaknya secara langsung terhadap kemajuan peserta dalam menerapkan pengetahuan yang diperolehnya dalam bisnis mereka. Keempat, perlu dipertimbangkan juga untuk memperluas cakupan materi agar mencakup aspek-aspek lain yang relevan dengan bisnis digital, seperti analisis data, keamanan cyber, dan inovasi teknologi. Dengan demikian, program literasi media digital ini dapat menjadi lebih efektif dalam mendukung perkembangan dan kesuksesan para calon entrepreneur UMKM di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Noor, A., & Ishak, R. (2017). The effect of digital platform on the growth of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Advanced Science Letters*, 23(9).
- Aini, N. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *Coopetition Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 243–252. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3264>
- Amine, A., Mejri, R., & Zekri, N. (2017). The impact of digital platform on SMEs growth: Case of Tunisia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1).
- Chae, B., & Goh, G. (2020). Digital Entrepreneurs in Artificial Intelligence and Data Analytics: Who Are They? *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 6(3), 56. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030056>
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2020). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145–156. <https://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.27827>
- Hidayanto, A. N., & Wahyudi, A. (2017). E-commerce adoption by small and medium enterprises: an exploratory study of factors influencing adoption. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(2).
- Jiang, J. (2024). A Study on the Digital Transformation Trends in Financial Management for Small and Micro Enterprises. *Ijgem*, 3(1), 355–363. <https://doi.org/10.62051/ijgem.v3n1.42>
- Putra, Y. M., & Ghani, A. (2020). Pendampingan Penerapan Tata Kelola Usaha dan Pembukuan Berbasis Sak-Emkm Pada Sektor Usaha Kecil di Kelurahan Meruya Selatan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 01(01).
- Santoso, D., & Wardoyo, R. A. (2020). The Role of E-commerce on Small Medium Enterprises (SMEs) Business Performance in Indonesia. *International Journal of Business and Management Invention*, 9(2).
- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1200. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.333>
- Susano, A. (2024). Literasi Digital Pendampingan Digitalisasi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. *EduJPM*, 1(1). <https://doi.org/10.69726/edujpm.v1i1.2>
- Susanty, A., & Ariyanti, T. (2020). Impact of Digital Technology Adoption on Business Performance of SMEs in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(1).
- Syahputri, N. (2024). E-Commerce Application Development for HNI Products Sales Using the Agile Method. *Sistemasi*, 13(2), 643. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v13i2.4009>
- Wang, Y. (2024). Digitization Transformation Empowers High-Quality Development of Small and Medium-Sized Enterprises in Jilin Province. *Tebmr*, 4, 8–15. <https://doi.org/10.62051/4g35as91>

Wibowo, Y. G. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 127–134. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.5072>