

Pemanfaatan Teknologi Informasi bagi Pelaku Usaha Mikro di Desa Banyu Urip

Fatoni¹, M. Kelvin²

^{1,2} Universitas Bina Darma, Indonesia

Received : 14 Maret 2026, Revised : 25 Maret 2026, Published : 6 April 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Fatoni

E-mail: fatoni@binadarma.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, masih banyak pelaku usaha mikro di wilayah pedesaan yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam kegiatan usahanya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan pemanfaatan teknologi informasi bagi pelaku usaha mikro di Desa Banyu Urip. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan masyarakat, pelatihan penggunaan media digital untuk pemasaran produk, pendampingan implementasi teknologi, serta evaluasi hasil kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta pelatihan mengalami peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam penggunaan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi produk. Selain itu, peserta juga mampu menerapkan strategi pemasaran digital sederhana untuk meningkatkan jangkauan pasar. Program pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di tingkat desa melalui pemanfaatan teknologi informasi secara efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci – literasi digital, usaha mikro, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat

Abstract

The development of information technology has brought significant changes in various sectors of life, including community economic activities. However, many micro-business actors in rural areas have not optimally utilized digital technology in their business operations. This community service activity aims to improve digital literacy and the ability to utilize information technology among micro-business actors in Banyu Urip Village. The implementation method consists of several stages, including community needs identification, training on the use of digital media for product marketing, assistance in technology implementation, and evaluation of program outcomes. The results indicate that participants experienced an improvement in their understanding of digital technology utilization, particularly in using social media and digital platforms as tools for product promotion. In addition, participants were able to implement simple digital marketing strategies to expand their market reach. This community service program is expected to contribute to enhancing the competitiveness of micro-enterprises at the village level through effective and sustainable utilization of information technology.

Keywords - digital literacy, micro enterprises, digital marketing, community empowerment

How To Cite : Fatoni, F., & Kelvin, M. (2026). Pemanfaatan Teknologi Informasi bagi Pelaku Usaha Mikro di Desa Banyu Urip. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 4(2), 227 - 233. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v4i1.4229>

Copyright ©2026 Fatoni Fatoni, M Kelvin

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sektor ekonomi dan bisnis. Transformasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan peluang ekonomi baru melalui pemanfaatan platform digital (Sari & Nugroho, 2023; Rahmatika et al., 2024). Dalam konteks usaha mikro dan kecil, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Firmansyah & Nova, 2024). Meskipun demikian, tingkat literasi digital masyarakat di beberapa wilayah pedesaan masih tergolong rendah. Banyak pelaku usaha mikro yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di lingkungan sekitar atau melalui jaringan sosial terbatas. Kondisi ini menyebabkan potensi pengembangan usaha menjadi kurang optimal karena keterbatasan akses pasar yang lebih luas (Pratama et al., 2022; Satria et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan literasi digital bagi pelaku usaha mikro menjadi kebutuhan penting dalam upaya mendorong transformasi ekonomi berbasis teknologi (Juliyanti et al., 2024).

Desa Banyu Urip merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal cukup besar, terutama dalam sektor usaha mikro dan usaha rumahan. Berbagai produk seperti makanan olahan, kerajinan tangan, serta produk kebutuhan sehari-hari dihasilkan oleh masyarakat setempat. Namun, sebagian besar pelaku usaha tersebut belum memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha. Kurangnya pemahaman mengenai penggunaan media sosial, *marketplace*, dan strategi pemasaran digital menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pelaku usaha di desa tersebut (Wirawan et al., 2024).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha mikro, terutama dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pelanggan, serta meningkatkan efisiensi promosi (Rahmawati & Putra, 2024; Hidayat et al., 2022). Selain itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan berbasis masyarakat juga terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha di tingkat lokal (Susanto et al., 2023; Lestari & Kurniawan, 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital dan pemanfaatan teknologi informasi bagi pelaku usaha mikro di Desa Banyu Urip. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, diharapkan masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis dalam menggunakan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha mereka (Arista et al., 2023). Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya literasi digital dalam pengembangan usaha mikro.
2. Memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran produk.
3. Mendampingi pelaku usaha dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara sederhana.
4. Meningkatkan daya saing usaha mikro masyarakat melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Dengan adanya program pengabdian ini, diharapkan pelaku usaha mikro di Desa Banyu Urip dapat lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi serta mampu memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Banyu Urip dengan melibatkan pelaku usaha mikro sebagai peserta utama. Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara partisipatif agar masyarakat dapat terlibat secara aktif dalam setiap tahapan program. Pendekatan partisipatif dinilai efektif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat karena mampu meningkatkan keterlibatan peserta serta keberlanjutan program yang dilaksanakan (Susanto et al., 2023; Arista et al.,

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

2023). Secara umum, pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut.

1. Tahap Identifikasi Permasalahan

Tahap awal kegiatan dilakukan dengan melakukan observasi lapangan dan diskusi dengan perangkat desa serta pelaku usaha mikro. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, khususnya terkait dengan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Proses identifikasi kebutuhan masyarakat merupakan tahapan penting dalam kegiatan pengabdian karena dapat memastikan bahwa program yang dirancang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan lokal (Lestari & Kurniawan, 2022). Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai pemasaran digital serta penggunaan media sosial untuk promosi produk (Pratama et al., 2022).

2. Tahap Perencanaan Program

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan, tim pengabdian kemudian menyusun program kegiatan yang meliputi pelatihan literasi digital, pengenalan *platform/web* pemasaran online, serta pendampingan dalam pembuatan akun media sosial bisnis. Pada tahap ini juga dilakukan penyusunan materi pelatihan, jadwal kegiatan, serta penyiapan sarana pendukung yang dibutuhkan selama pelaksanaan program. Perencanaan program yang sistematis sangat penting untuk memastikan kegiatan pengabdian berjalan secara terarah dan efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Rahmatika et al., 2024).

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara langsung melalui kegiatan workshop dan praktik penggunaan media digital. Metode pelatihan berbasis praktik dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta karena memungkinkan peserta untuk langsung mencoba penggunaan teknologi yang diperkenalkan (Hidayat et al., 2022). Materi pelatihan yang diberikan meliputi:

- a. Pengenalan konsep literasi digital bagi pelaku usaha,
- b. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk,
- c. Teknik dasar pemasaran digital,
- d. Pembuatan konten promosi sederhana menggunakan perangkat *smartphone*.

Peserta pelatihan juga diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung pembuatan akun media sosial bisnis serta mengunggah konten promosi produk mereka. Pendekatan pembelajaran berbasis praktik ini terbukti dapat meningkatkan pemahaman peserta terhadap penggunaan media digital dalam kegiatan usaha (Satria et al., 2024).

4. Tahap Pendampingan

Setelah kegiatan pelatihan selesai, tim pengabdian melakukan pendampingan kepada peserta dalam menerapkan materi yang telah diperoleh. Pendampingan dilakukan dengan memberikan bimbingan dalam pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten promosi, serta strategi komunikasi dengan pelanggan melalui *platform* digital. Kegiatan pendampingan merupakan bagian penting dalam program pemberdayaan masyarakat karena dapat membantu peserta mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh secara berkelanjutan (Firmansyah & Nova, 2024).

5. Tahap Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program pengabdian yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada peserta pelatihan serta diskusi reflektif mengenai manfaat kegiatan yang telah diperoleh. Metode evaluasi berbasis kuesioner sering digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk mengukur tingkat pemahaman, kepuasan peserta, serta dampak kegiatan terhadap peningkatan keterampilan masyarakat (Juliyanti et al., 2024).

Melalui rangkaian metode pelaksanaan tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha.

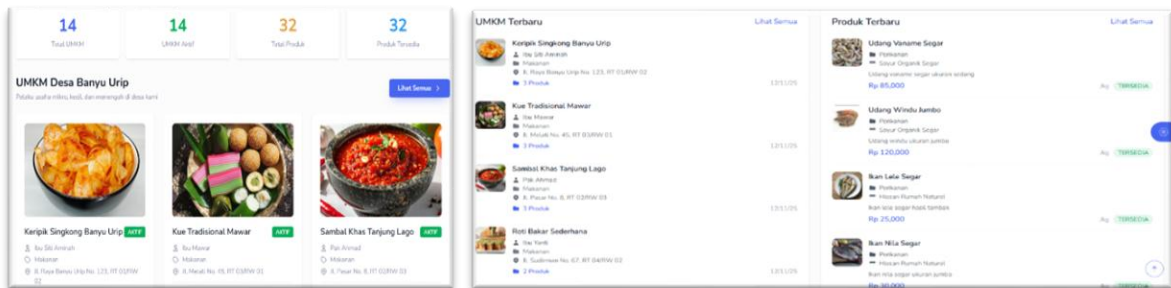
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Banyu Urip dilakukan melalui serangkaian tahapan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro. Program ini dirancang untuk meningkatkan literasi digital serta kemampuan pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan pemasaran produk.

1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan dimulai dengan proses sosialisasi kepada masyarakat mengenai tujuan dan manfaat program pengabdian. Sosialisasi ini dilakukan melalui pertemuan dengan perangkat desa serta pelaku usaha mikro yang menjadi sasaran kegiatan. Pada tahap ini, masyarakat diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan literasi digital. Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep dasar pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk, serta teknik pembuatan konten pemasaran yang menarik di *web*. Peserta pelatihan juga diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung penggunaan platform media sosial sebagai sarana promosi usaha mereka. Gambar 1 berikut menampilkan hasil *web* promosi produk pelaku usaha mikro di desa Banyu Urip.



Gambar 1.

Web Promosi Produk Pelaku Usaha Mikro

Selain pelatihan, kegiatan ini juga mencakup pendampingan kepada peserta dalam menerapkan materi yang telah diperoleh. Pendampingan dilakukan dengan memberikan bimbingan mengenai pengelolaan akun media sosial, teknik komunikasi dengan pelanggan secara daring, serta strategi promosi produk secara digital. Melalui kegiatan pendampingan ini, peserta diharapkan mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha mereka.



Gambar 2.

Kegiatan Pendampingan ke Perangkat Desa

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pengembangan usaha (Rahmawati & Putra, 2024). Selain itu, penggunaan media

digital juga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk secara lebih efektif (Pratama et al., 2022).

Tabel 1 berikut merupakan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan selama program berlangsung dari tanggal 05 – 30 Januari 2026.

Tabel 1.
Kegiatan Pengabdian

No	Tahapan Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Sosialisasi Program	Penyampaian tujuan kegiatan dan koordinasi dengan perangkat desa serta pelaku usaha	Minggu 1 Tanggal 5-6 Januari 2026
2	Identifikasi Permasalahan	Observasi dan diskusi untuk mengetahui kebutuhan masyarakat terkait literasi digital	Minggu 1 Tanggal 7-9 Januari 2026
3	Pelatihan Literasi Digital	Pemberian materi tentang pemasaran digital dan penggunaan media sosial	Minggu 2 Tanggal 13 Januari 2026
4	Praktik Penggunaan Media Sosial	Peserta mempraktikkan pembuatan akun bisnis dan promosi produk	Minggu 2 Tanggal 15 Januari 2026
5	Pendampingan Usaha	Bimbingan dalam pengelolaan akun media sosial dan strategi pemasaran	Minggu 3 Tanggal 19-23 Januari 2026
6	Evaluasi Program	Penilaian hasil kegiatan melalui diskusi dan kuesioner	Minggu 4 Tanggal 26-30 Januari 2026

2. Dampak Program terhadap Peserta

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai penggunaan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran produk. Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum mengetahui cara memanfaatkan media sosial secara optimal untuk kegiatan usaha. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, peserta mulai memahami berbagai fitur yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif. Peningkatan literasi digital ini juga berdampak pada meningkatnya motivasi pelaku usaha untuk mengembangkan usaha mereka melalui platform digital. Beberapa peserta bahkan mulai aktif memasarkan produk melalui media sosial dan memperoleh respon positif dari calon pelanggan.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa digitalisasi usaha mikro dapat meningkatkan peluang pasar serta memperkuat daya saing produk lokal (Hidayat et al., 2022). Selain itu, strategi pemasaran digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional (Sari & Nugroho, 2023).

3. Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program pengabdian yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner sederhana yang diberikan kepada peserta pelatihan.

Tabel 2.
Evaluasi Kegiatan Pengabdian

No	Indikator Penilaian	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
1	Pemahaman tentang literasi digital	Rendah	Meningkat
2	Kemampuan menggunakan media sosial untuk promosi	Terbatas	Baik
3	Pengetahuan tentang pemasaran digital	Rendah	Cukup baik
4	Motivasi mengembangkan usaha melalui teknologi	Sedang	Tinggi

Dari tabel 2 diatas hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital. Peserta juga menyampaikan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka di masa depan.

Program pengabdian ini juga menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang disertai dengan pendampingan secara langsung dapat meningkatkan efektivitas transfer pengetahuan kepada masyarakat (Wijaya et al., 2023). Dengan adanya dukungan berkelanjutan, diharapkan masyarakat dapat terus mengembangkan keterampilan digital mereka untuk mendukung kegiatan usaha.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Banyu Urip bertujuan untuk meningkatkan literasi digital serta kemampuan pemanfaatan teknologi informasi bagi pelaku usaha mikro. Program ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan kegiatan, yaitu identifikasi permasalahan, pelatihan literasi digital, praktik penggunaan media sosial untuk pemasaran produk, pendampingan usaha, serta evaluasi kegiatan.

Hasil pelaksanaan program menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Peserta pelatihan juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi produk serta memiliki motivasi yang lebih tinggi untuk mengembangkan usaha mereka melalui platform digital.

Dengan adanya program pengabdian ini, diharapkan pelaku usaha mikro di Desa Banyu Urip dapat lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi serta mampu memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Ke depan, kegiatan serupa perlu terus dikembangkan dengan melibatkan lebih banyak peserta serta dukungan dari berbagai pihak agar program pemberdayaan masyarakat dapat berjalan secara berkelanjutan. Selain itu, kegiatan lanjutan dapat difokuskan pada tema yang lebih spesifik seperti penguatan branding produk, optimalisasi penggunaan *marketplace*, penerapan sistem pembayaran digital (*digital payment*), serta pelatihan pembuatan konten kreatif untuk meningkatkan daya tarik promosi produk secara *online*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Desa Banyu Urip serta seluruh masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Arista, A., Purabaya, R. H., & Isnainiyah, I. N. (2023). Pendampingan pendidikan dan pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial Instagram. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 7(3), 2730–2737.

- Firmansyah, M., & Nova, K. R. (2024). Digitalisasi penjualan produk kerupuk udang: Solusi teknologi bagi UMKM di era modern di Desa Bunga Karang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(8).
- Hidayat, R., Santoso, B., & Wibowo, A. (2022). Community-based digital literacy training for micro business development. *Journal of Community Empowerment*, 5(2), 120–128.
- Juliyanti, W., Adamura, F., Jianggimahastu, P., & Husaini, R. (2024). Peningkatan literasi keuangan UMKM melalui sosialisasi pemisahan keuangan usaha dan pribadi di Desa Jatirejo, Wonoasri, Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(9).
- Lestari, D., & Kurniawan, T. (2022). Digital empowerment for rural micro-enterprises through community training programs. *Journal of Rural Development*, 10(1), 45–53.
- Pratama, A., Nugraha, D., & Widodo, S. (2022). Digital marketing adoption among micro enterprises in rural areas. *Indonesian Journal of Entrepreneurship*, 8(2), 101–110.
- Rahmatika, D. N., Indriasih, D., Prihatin, Y., Zuhry, N., Sugiharto, U., Wibowo, A., & Wijaya, J. R. T. (2024). Akselerasi literasi kewirausahaan dan pendampingan UMKM melalui inovasi digital dan jejaring kolaboratif di Kecamatan Kalibening Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(7).
- Rahmawati, N., & Putra, A. (2024). The impact of digital literacy on micro business competitiveness. *Journal of Digital Economy Studies*, 6(1), 22–30.
- Sari, M., & Nugroho, R. (2023). Digital transformation and micro-enterprise development in Indonesia. *Journal of Information Systems and Business*, 9(1), 15–24.
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk meningkatkan nilai jual produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3).
- Susanto, H., Wicaksono, A., & Prabowo, R. (2023). Improving MSME competitiveness through digital marketing training. *International Journal of Community Service*, 4(2), 67–75.
- Wijaya, T., Lestari, D., & Firmansyah, H. (2023). Community service model for improving digital skills among rural entrepreneurs. *Journal of Community Engagement*, 4(3), 150–160.
- Wirawan, R., Laksito, F. H. B., & Saputra, R. (2024). Transformasi home industri dan UMKM pedesaan melalui digitalisasi di Desa Sinduharjo Jatipuro Karanganyar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(6).