

PELATIHAN *LITERASI DIGITAL* DAN MEDIA SOSIAL BAGI PELAKU USAHA KECIL DESA PANAKUKANG KABUPATEN GOWA SULAWESI SELATAN

Hasyim¹, Rina Anindita², Fitri Ayasofia³

^{1,2}Universitas Esa Unggul

³Badan Riset dan Inovasi Nasional

¹korespondensi: hasyim.ahmad@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Pemahaman terhadap penggunaan media sosial bagi para pengusaha kecil di daerah pedesaan (*remote area*) merupakan hal yang penting dilakukan dalam rangka mengembangkan usaha yang dikelola agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak. Permasalahannya adalah tingkat literasi digital dan pengetahuan terhadap penggunaan media sosial untuk pemanfaatan kegiatan usaha masih sangat kurang. Para pengusaha di daerah pedesaan belum memanfaatkan perangkat teknologi seperti software dan aplikasi untuk mengembangkan usahanya. Pengelolaan usaha masih dilakukan secara manual sehingga penerimaan pendapatan dari usahanya masih sangat terbatas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini **bertujuan** untuk memberikan pelatihan terhadap kelompok pengusaha skala kecil untuk memahami bagaimana memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usahanya. **Metode** yang digunakan dalam pelatihan ini adalah metode daring, bekerjasama dengan sekolah setempat yang dapat menyediakan fasilitas yang dapat diakses oleh para pengusaha. Pelatihan ini dilakukan dalam bentuk presentasi daring yang menjelaskan bagaimana membangun *website*, yang dapat mengakses berbagai media sosial seperti instagram, facebook, dan email. Pelatihan dilakukan secara bertahap untuk setiap materi. **Hasil** yang dicapai setelah dilakukan dalam 3(tiga) tahap pelatihan selama bulan Juni dan Juli adalah para pengusaha skala kecil memiliki kemampuan pemahaman literasi digital dalam mengembangkan usaha serta pelaku telah mampu mengenal berbagai aplikasi dan mampu meng *upload* secara mandiri produk-produk yang dihasilkannya. **Implikasi** dari pelatihan ini adalah ruang lingkup dan jumlah masyarakat yang mengetahui produk yang ditawarkan oleh pengusaha kecil meningkat sekitar 20-30% diikuti dengan meningkatnya tingkat penjualan (*omzet*) yang dapat dilakukan rata-rata 10%.

Kata kunci: Literasi digital, Pelaku Usaha, Media sosial

ABSTRACT

Understanding the use of social media for small entrepreneurs in rural areas is an important thing to do in order to develop managed businesses so that they can reach more consumers. The problem is that the level of digital literacy and knowledge of the use of social media for the use of business activities is still very lacking. Entrepreneurs in rural areas have not utilized technological tools such as software and applications to develop their businesses. Business management is still done manually so that revenue from its business is still very limited. The objective of this community service activity is to provide training to groups of small-scale entrepreneurs to understand how to use technology in developing their businesses. The method used in this training is an online method, in collaboration with local schools that can provide facilities that can be accessed by entrepreneurs. This training is conducted in the form of an online presentation that explains how to build a website, which can access various social media such as Instagram, Facebook, WhatsApp and E mail.

The training is carried out in stages for each material. The results achieved after 3 (three) stages of training were carried out during June and July are that small-scale entrepreneurs have the ability to understand digital literacy in developing businesses and entrepreneurs have been able to recognize various applications and are able to independently upload the products they produce. The implication of this training is that the scope and number of people who know about the products offered by small entrepreneurs increases by around 20-30% followed by an increase in the level of sales (turnover) which can be done by an average of 10%

Keywords: Digital Literacy, Small Business, Social Media, Software, Hard ware

PENDAHULUAN

Tingkat pemahaman yang rendah terhadap penggunaan media sosial bagi para pelaku usaha kecil di daerah pedesaan (*remote area*) merupakan hal yang menjadi permasalahan utama karena hal tersebut berdampak kepada rendahnya jangkauan sosialisasi pemasaran produk- produk yang dihasilkan. Akibat lebih jauh tingkat penerimaan pendapatn (*omzet*) juga sekedar memenuhi kebutuhan sehari-hari. Peningkatan pemahaman masyarakat terhadap literasi digital perlu dilakukan dalam rangka mengembangkan usaha yang dikelola agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak. Permasalahannya adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak eksternal dalam rangka meningkatkan pengetahuan para pengusaha di daerah pedesaan masih sangat jarang dilakukan.

Pelaku usaha kecil di Desa Panakukang Kabuptaen Gowa lebih banyak menggunakan *gadgetnya* untuk melakukan komunikasi yang tidak terkait pada promosi usaha yang dilaksanakan

Akibatnya para pelaku usaha kecil belum memiliki tingkat pemahaman terhadap pemanfaatan perangkat teknologi seperti *software*, *hardware* dan *aplikasi* dalam pengembangan usahanya, Pengelolaan usaha masih dilakukan secara manual sehingga penerimaan pendapatan dari usaha yang dilakukan masih sangat terbatas.

Pada dasarnya ratio pengguna *gadget (gawai)* seperti *handphone* pada sudah sangat cukup tinggi, hampir semua masyarakat termasuk pelaku usaha kecil telah memiliki perangkat

handphone, ditunjang dengan jaringan telekomunikasi yang sudah menjangkau pelosok pedesaan, selain itu berbagai perangkat lunak teknologi digital juga sudah menjangkau ke daerah pelosok dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Namun demikian peluang yang tersedia dari kehadiran teknologi digital dalam berbagai bentuk tersebut belum dapat dimanfaatkan oleh pengusaha yang bergerak secara lokal di daerah pedesaan. Para pengusaha kecil tersebut belum menggunakan teknologi digital dalam mengelola kegiatan usahanya, mereka masih mengandalkan kemampuan autodidak dalam mengelola usahanya. Seperti kegiatan promosi usaha masih dilakukan secara manual bahkan cenderung statis dan passif. Hasilnya adalah pendapatan yang diterima hanya mencukupi biaya hidup sehari-hari.

Berangkat dari dasar pemikiran tersebut kami melakukan pelatihan pemahaman literasi digital di daerah pedesaan terhadap pengusaha kecil sebagai wujud implemementasi pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan agar peningkatan pemahaman terhadap pemanfaatan teknologi ini dapat meningkatkan pendapatan dari usaha yang dikelolanya sekaligus dapat mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat.

Salah satu objek pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah Desa Panakukang yang terletak di wilayah Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa, berlokasi pada posisi 30 Kilometer dari kota Makassar Propinsi Sulawesi Selatan. alasan pemilihan objek atau sasaran pelkasanaan pengabdian masyarakat kita kali ini adalah salah satunya permintaan

dari pengelola sekolah Raudhatul Athfal (RA) Al izzah, yang bertindak sebagai mitra sekaligus sebagai fasilitator dalam pelaksanaan Pengabdian masyarakat ini. Hasil identifikasi dari mitra menunjukkan bahwa adanya beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil di daerah Panakukang diantaranya adalah masih rendahnya tingkat pemahaman terhadap pemanfaatan teknologi atau software teknologi dalam kaitannya dengan pengembangan pelaku usaha kecil di daerah tersebut. Kegiatan masyarakat pada objek pengabdian masyarakat sebagian besar adalah petani penggarap, guru, pegawai daerah dan sebagian bergerak dibidang usaha

kecil seperti warung dan gerobak jualan. tukang cukur, bengkel kecil, pengelola ikan air tawar, pedagang kelontong, kuliner (kue) dan pedagang keliling. Jumlah Penduduk Desa Panakukang sekitar tiga ribu jiwa kelompok masyarakat tersebar pada kelompok usia anak-anak, remaja dan orang tua. Omzet rata-rata pengusaha kecil sekitar tigaratus ribu perbulan, jumlah ini sebagian besar digunakan untuk konsumsi sehari-hari dan sisanya digunakan untuk menambah modal berusaha. Dari gambaran ini dapat diperkirakan bahwa kegiatan usaha yang dilakukan tidak mampu berjalan secara berkesinambungan.



Gambar 1 : Peta Lokasi Pelaksanaan Abdimas Desa Panakukang

Pelatihan ini bertujuan selain memberikan pemahaman tentang penggunaan teknologi digital terhadap para pelaku usaha kecil, juga dimaksudkan agar para pengusaha mampu memiliki pemahaman tentang etika berkomunikasi dalam menggunakan media-media sosial sehingga diharapkan para pengguna media sosial tidak melanggar

ketentuan dan aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah [7]. Dengan mengacu kepada permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha sebagaimana dikemukakan di atas, tujuan umum dari pelatihan ini sebagai alternatif solusi pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan teknologi digital yang dapat

dimanfaatkan untuk mengembangkan usahanya atau kegiatannya secara baik dan benar, sesuai dengan etika dan peraturan yang berlaku.

Tujuan khusus yang ingin dicapai adalah:

1. Memberikan keterampilan penggunaan teknologi digital terutama penggunaan

media sosial seperti instagram, facebook, website [7]

2. Memberikan alternatif solusi kegiatan usaha yang dilakukan dalam bentuk keterampilan berpromosi melalui media sosial.



Gambar 2 : Sekolah RA Al-Izzah



Gambar 3 : Mitra Kerja Guru RA Al Izzah

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan menggunakan fasilitas daring (*online*) Fasilitas disediakan oleh mitra kerja yaitu guru-guru RA Al Izzah, yang

menyediakan perangkat keras seperti *Laptop*, dan *In-focus* dengan memanfaatkan ruang kelas RA Al-Izzah. Instruktur pelatihan dilakukan oleh dosen melalui fasilitas *google met*.

dengan beberapa tahap pelaksanaan sebagai berikut:

Tahap *persiapan* adalah koordinasi antara anggota tim dengan mitra, kemudian persiapan materi pelatihan, penyusunan media, publikasi dan persiapan yang sifatnya administratif.

Tahap berikutnya adalah tahap koordinasi dengan mitra dalam hal ini kepala sekolah dan guru Raudathul Atfhal (RA) Al Izzah Dusun Pattingaloang Kabupaten Gowa sebagai penghubung dan fasilitator dengan pelaku usaha yang menjadi target pelatihan.

Selanjutnya tahap *pelaksanaan* yaitu pelatihan tahap pertama dengan materi pelatihan adalah pengenalan secara umum teknologi digital. Pada tahap berikutnya adalah materi pengenalan *web* dan media sosial seperti instagram, WhatsApp dan sekilas tentang pembuatan video singkat dan sederhana untuk dapat di *upload* pada media sosial, Selain pengenalan teknis digital teknologi, Materi selanjutnya adalah pelatihan teknik promosi usaha melalui media social. Metode pelatihan bersifat praktek langsung pada setiap materi yang disampaikan melalui jaringan *online*.



Gambar 4 : Peserta Pelatihan Literasi Digital Pelaku Usaha Desa Panakukang

Tahap *evaluasi* dan tindak lanjut dilakukan setelah materi pelatihan ini dilakukan oleh para peserta, hasil evaluasi disampaikan oleh mitra kerja pengabdian masyarakat.

Pelaku usaha yang terlibat adalah sebanyak 14 orang pengusaha, yang bergerak dibidang usaha kuliner, jasa potong rambut, bengkel dan pengusaha warung serta usaha kecil lainnya.



Gambar 5 : Peserta Pelatihan Literasi Digital Pelaku Usaha Desa Panakukang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi dan tindak lanjut telah dilakukan pada setiap tahap pelaksanaan melalui *pre-test* dan *Post-test*:

1. Tahap pertama dengan materi pengenalan media sosial diperoleh hasil; para peserta mengalami peningkatan pemahaman terhadap penggunaan gadget yang bersifat *produktif*, peserta mulai mengenal karakteristik setiap media sosial yang digunakan.
2. Tahap kedua dengan materi praktek penggunaan media sosial untuk promosi usaha diperoleh hasil; para peserta telah dapat membuat kreasi bentuk promosi yang dilakukan seperti foto dan kalimat berbentuk pengenalan produk. Setelah dilakukan kegiatan promosi selama 3(tiga) bulan hasil yang diperoleh pelaku usaha antara lain adalah:
 - a. Jumlah Konsumen yang mengenal usaha yang ditawarkan meningkat jumlahnya terutama dari desa sekitar Desa Panakukang

- b. Dari jumlah konsumen yang mengenal meningkatkan omzet penjualan sekitar rata-rata 10% - 20% dari Jumlah omzet sebelum pelatihan

PENUTUP

Implikasi dari pelatihan setelah dilakukan 3 (tiga) tahap pelatihan adalah para pelaku usaha skala kecil memiliki kemampuan pemahaman *literasi digital* dalam mengembangkan usaha serta penguasaan telah mampu mengenal berbagai software dan *aplikasi* serta mampu meng *upload* secara mandiri produk-produk yang dihasilkannya.

Selain itu terdapat peningkatan pemahaman menggunakan teknologi secara baik dan benar sesuai *Etika* dan tujuan akhirnya adalah bertambahnya ruang lingkup jangkauan promosi pelaku usaha kecil di Daerah objek pengabdian masyarakat. Hal ini diindikasikan dengan bertambahnya jumlah masyarakat yang mengetahui produk yang ditawarkan oleh pengusaha kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. D. Davis, "A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results," *Management*, vol. Ph.D., p. 291, 1985, doi: oclc/56932490.
- [2] E. M. Rogers, *Diffusion of innovations*. Simon and Schuster, 2003.
- [3] Hasyim, "CONSUMERS' TRUST AS THE MEDIATING FACTOR FOR INSURANCE BUYING INTENTION IN INDONESIA," *Statistics (Ber)*., vol. 3, p. 894, 2017.
- [4] A. G. Chakti, *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa, 2019.
- [5] K. Kotler, P., & Kevin, L., *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall, 2009.
- [6] R. Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *J. Ilm. Manajemen*, vol. 10, no. 1, pp. 9–14., 2019, [Online]. Available: <https://doi.org/10.32670/coolpetitio>.
- [7] W. Laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19," *J. Indones. Aspir.*, vol. 8, no. 1, pp. 93–103, 2020.