
Pelatihan Literasi Digital Sebagai Pembangkit UMKM DESA JATIREJO

Tri Winarsih*¹, Rita Nataliawati², Indah Fauziah³, Saras Dewi Qomariah⁴

^{1,2,3}ITB Ahmad Dahlan Lamongan

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Ahmad Dahlan Lamongan

*e-mail: triwinarsih3113@gmail.com¹, rita12natalia@gmail.com², indahfauziah027@gmail.com³,
sarasdewiq12@gmail.com⁴

Nomor Handphone Untuk keperluan koordinasi : 0856-4603-1415

Abstrak

Potensi Sumber Daya Manusia dalam mengenal literasi digital masih belum digunakan secara bijak, kurangnya pengetahuan pemasaran online dan pengelolaan produk pemanfaatan nasi sebagai bahan dasar pembuatan krupuk belum sepenuhnya dikuasai oleh masyarakat Desa Jatirejo, begitupun kemasan yang membutuhkan penanganan khusus dalam penyajian juga masih terbatas. Melalui metode Focus Group Discussion (FGD), Indepth Interview, serta pendampingan lapangan diharapkan mampu menambah wawasan dan pemahaman masyarakat Desa Jatirejo yang semula berangan cukup bekerja disawah hanya setengah hati diwaktu luang mengelola sisa nasi sebagai krupuk sekarang lebih berani berinovasi untuk memasarkan ke media sosial. Hasil pengabdian masyarakat terkait pelatihan literasi digital sebagai pembangkit UMKM adalah masyarakat Desa Jatirejo menyambut baik atas pelatihan literasi digital, mudahnya pembuatan krupuk nasi dan terjangkaunya bahan baku pembuatan krupuk nasi memberikan semangat baru dalam mengembangkan produk lokal dari Desa Jatirejo, pertimbangan harga yang relatif terjangkau di media sosial menambah motivasi semua jajaran perangkat desa dan masyarakat desa untuk mendukung kebangkitan UMKM.

Kata kunci: Literasi Digital, UMKM, Desa Jati rejo

Abstract

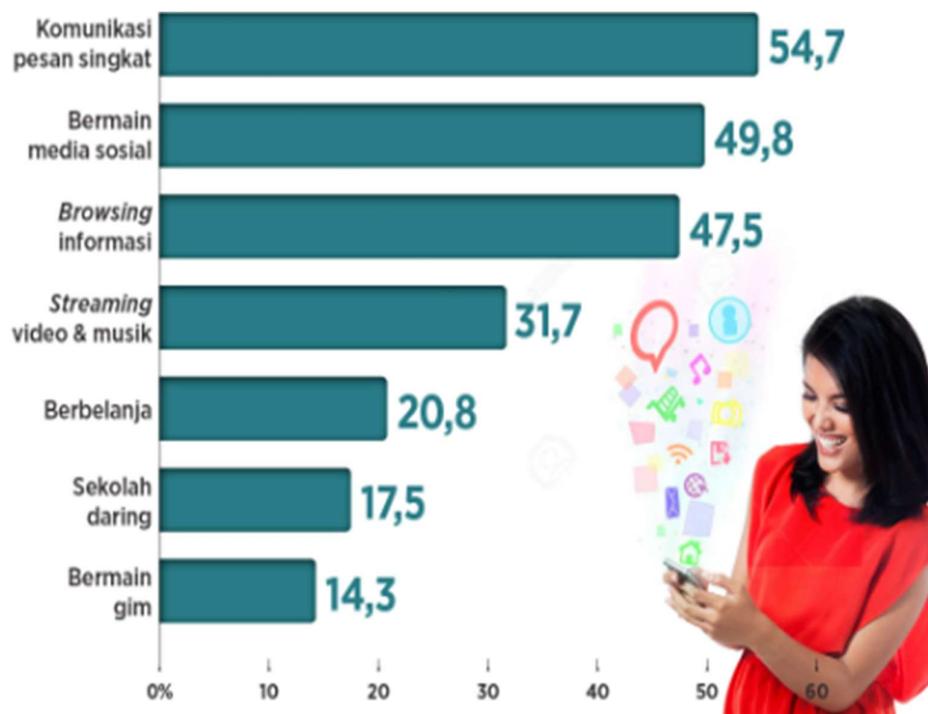
The potential of human resources in recognizing digital literacy has not been used wisely, the lack of knowledge of online marketing and product management, the use of rice as a basic ingredient for making crackers has not been fully mastered by the people of Jatirejo Village, as well as limited packaging that requires special handling in serving. Through the Focus Group Discussion (FGD) method, In-depth Interviews, as well as field assistance, it is hoped that it will be able to add insight and understanding to the people of Jatirejo Village, who previously thought that it was enough to work in the rice fields only half-heartedly in their free time managing leftover rice as crackers, now they are more daring to innovate to market on social media. The results of community service related to digital literacy training as a MSME generator are that the Jatirejo Village community welcomes digital literacy training, the ease of making rice crackers and the affordability of raw materials for making rice crackers gives new enthusiasm in developing local products from Jatirejo Village, considering relatively affordable prices in the media social services increase the motivation of all levels of village apparatus and village communities to support the revival of MSMEs.

Keywords: Digital Literacy, MSMEs, Jatirejo Village

1. PENDAHULUAN

Pekerjaan Rumah terbesar yang harus segera dilakukan oleh Pemerintahan maupun masyarakat Indonesia adalah memulihkan perekonomian nasional. Selama rentang waktu covid 19 melanda kondisi perekonomian nasional mengalami kondisi yang tidak baik. Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan mampu dijadikan solusi disebut juga sebagai *game changer* guna menggerakkan kembali roda perekonomian Indonesia. Perlu adanya pembekalan dan pemahaman literasi digital guna pemerataan digitalisasi kepada para pelaku UMKM. Hal tersebut sesuai tujuan utama dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dalam memberi dukungan program ekonomi nasional salah satunya peningkatan digitalisasi bagi UMKM.

Pada Bulan Maret 2021 bersumber pada data *internetworldstats* penggunaan internet di Indonesia tercatat sebesar 212,35 juta jiwa atau kurang lebih 73% dari total penduduk. Pernyataan tersebut menjadikan bangsa Indonesia sebagai pengguna internet kategori tiga besar di Asia setelah China dan India (Christian, 2021)¹. Pengguna internet yang semakin pesat belum diimbangi dengan pemahaman literasi digital. *Paul Gilder* Pemerhati teknologi informasi dari Amerika Serikat pada tahun 1997 mempopulerkan istilah baru “literasi digital” pada buku *Digital Literacy*. Menurut UNESCO (*United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization*) dan PBB (Perserikatan bangsa-bangsa) sepakat memaknai literasi digital sebagai *life skill* (kecakapan) tidak terfokus pada keterlibatan teknologi melainkan berfokus juga pada kemampuan dalam hal belajar, pemikiran kritis, kreatif serta inovatif dalam menghasilkan kompetensi digital (Setiawan, 2022)². Menurut Dony (2017) dalam (Gunawan Wibowo, 2021)³ mengartikan literasi digital merupakan kemampuan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dengan tujuan menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan informasi/konten melalui kecakapan teknikal atau kognitif.



Gambar 1. Aktivitas Daring Masyarakat

Berdasarkan hasil pengamatan tahun 2021 oleh Katadata Insight Center (KIC) bekerjasama dengan KOMINFO (Kementerian Komunikasi dan Informatika) menyatakan potret pengguna internet pada masyarakat Indonesia (Ulfa, 2022)⁴. Peringkat Ke-1 sebagian besar masyarakat Indonesia menghabiskan rutinitas *daring* melalui aplikasi pesan singkat sebesar 54,7%. Peringkat Ke-2 rutinitas berselancar di dunia maya pada *platform* media sosial sebesar 49,8%. Peringkat Ke-3 masyarakat menghabiskan waktu daring untuk mencari informasi 47,5%. Penggunaan *Streaming Video* dan Musik masuk Peringkat Ke-4 sebesar 31,7%, disusul belanja 20,8% masuk Peringkat Ke-5 dan Sekolah Daring 17,5% pada Peringkat Ke-6 serta Peringkat Ke-7 Bermain (*Game*) sebesar 14,3%. Hal inilah yang menyebabkan indeks literasi digital di Indonesia belum memuaskan karena tidak diimbangi dengan literasi yang baik.



Gambar 2. Skor 4 Pilar Literasi Digital

Hasil survei yang dilakukan pada 34 provinsi yang terdiri dari 514 kota/kabupaten, dengan jumlah responden 10.000 individu terdiri dari sebanyak 50,7% pedesaan dan 49,3% perkotaan, memperoleh kesimpulan tingkat literasi masyarakat Indonesia termasuk kategori sedang. Hal ini terbukti dari paparan rata-rata indeks literasi digital Indonesia pada level 3,49 dari skala 0-5.

Kolaborasi antara META (Nurhadi, 2022)⁵, CFDS (*Center For Digital Society*), Kementerian Komunikasi dan Informasi serta APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dalam acara tersebut salah satu rangkaian agenda DEWG (*Digital Economy Working Group*) pada kegiatan G20 Di Labuhan Bajo Tanggal 21 Juli 2022 (Anurdea, 2022)⁶. Kegiatan tersebut memberikan beberapa tanggapan: pertama pelaksanaan peningkatan ekonomi UMKM dilakukan jika seluruh pemangku kepentingan bekerjasama melalui pelatihan edukasi kepada pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan ruang digital secara positif, produktif dan kreatif, kedua pihak KOMINFO akan memberi dorongan motivasi transformasi digital melalui pemberian kesempatan tempat guna perluasan bisnis UMKM, ketiga program UMKM *Go Online* yang dihadiri pelaku UMKM dari Pemerintah akan berusaha mengoptimalkan kemampuan yang dimiliki dan peningkatan produktivitas UMKM secara digitalisasi, khususnya UMKM yang melakukan kegiatan secara luring, dengan harapan memperluas jangkauan pemasaran produk ke pasar global dan semakin berkembang, keempat APJII akan secara rutin memfasilitasi akses pada daerah melalui jaringan internet pada Program Desa Internet Mandiri, dimana Program lebih diutamakan untuk desa di luar daerah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar).

Menurut Muhammad Lutfi sebagai Menteri Perdagangan memberikan dukungan sebagai upaya peningkatan literasi digital kepada para pelaku UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah). Menurut Beliau pada sambutan *Soft Launching Platform SMESHub Indonesia* secara virtual di Jakarta Pusat tertanggal 25 Maret 2022 (KOMINFO, 2022)⁷ mengatakan “Potensi UMKM perlu dikelola dengan baik, terutama melihat tantangan yang dihadapi dalam mewujudkan digitalisasi UMKM. Saat ini dari 64,2 juta unit UMKM, hanya 13% yang memanfaatkan teknologi digital dalam usaha mereka”.

Berbagai penelitian telah dilakukan terkait literasi digital guna peningkatan UMKM diantaranya : Penelitian yang dilakukan (Putra & Aristyanto, n.d.)⁸ dengan judul Pemberdayaan Masyarakat UMKM Berbasis Digital Literacy Di Kampung Logam Ngingas Kabupaten Sidoarjo, menggunakan metode *Focus Group Discussion (FGD)*, *indepth interview* dan pendampingan lapangan, membawa hasil positif dari pemberdayaan digital literasi dan sangat bermanfaat bagi masyarakat Ngingas Kabupaten Sidoarjo, melalui persaingan harga terendah, peningkatan branding produk dan peningkatan tenaga kerja, Penelitian yang dilakukan (Suri & Halim, 2022)⁹ berjudul Literasi Digital Dalam Meningkatkan Keterampilan *Entrepreneurship* Masyarakat Desa Cirumpak Kabupaten Tangerang melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan tersebut mampu meningkatkan wawasan pengetahuan dan pemahaman literasi digital, memunculkan inovasi baru dan memotivasi bagi UMKM agar dapat berubah kearah digitalisasi serta mampu menghasilkan dan memperluas pengembangan strategi bisnis yang lebih inovatif serta mampu bersaing dalam

dunia global demi menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan perekonomian desa dengan metode pelaksanaan ceramah (penyuluhan), tutorial serta diskusi interaktif. Penelitian (Stiadi et al., 2021)¹⁰ yang berjudul Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM dengan tujuan pengembangan pemasaran pelaku UMKM di Desa Sukorejo melalui metode ceramah dan praktik langsung penerapan digital marketing. Penelitian (Purwana et al., 2017)¹¹ berjudul Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menelusuri pemanfaatan *digital marketing* yang dilakukan pelaku UMKM Kelurahan Malaka Sari, Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur, dengan metode *sharing*, diskusi, penjelasan, tanya jawa, praktik dan diskusi.

Berdasarkan latar belakang di atas Penulis dan Tim melakukan Pengabdian Masyarakat di Desa Jatirejo Kabupaten Lamongan. Terletak di wilayah dataran sedang, pada koordinat 7°21'-7°31' Luas Wilayah Desa Jatirejo 337,50 Ha terdiri dari Sawah 271,08 Ha dan Pekarangan 66,42 Ha, masyarakat terbagi dalam 4 Dusun, 6 Rukun Warga (RW) dan 22 Rukun Tetangga (RT). Masyarakat Desa Jatirejo sebagian besar bekerja sebagai petani dan terdapat beberapa warga yang memanfaatkan nasi yang dikelola sebagai kerupuk hanya sebagai konsumsi sehari-hari. Kesibukan warga yang menghabiskan waktu di sawah menjadikan pembuatan krupuk hanya dilakukan jika ada waktu luang. Kurangnya wawasan literasi digital dalam hal memasarkan produk usaha kurang begitu dipahami. Melihat potensi tersebut, Peneliti dan Tim merasa perlu adanya pelatihan literasi digital dengan mengangkat krupuk nasi yang dikemas secara profesional agar bisa dijual di media sosial sebagai pembangkit Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Jatirejo. Pengembangan potensi tersebut bertujuan membangkitkan UMKM dengan cara memberikan pendampingan terkait literasi digital melalui media sosial sebagai sarana pemasaran, menginovasi produk secara profesional guna meningkatkan omset penjualan produk.



Gambar 3. Desa Jatirejo

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat dilaksanakan untuk membangkitkan peluang yang ada pada Desa Jatirejo yang tadinya hanya sebagai pengisi waktu luang dalam pembuatan krupuk nasi, lebih mengutamakan berkerja di sawah. Setelah diadakan pelatihan mengenai literasi digital warga Desa Jatirejo mulai bersemangat dan antusias untuk lebih banyak lagi memproduksi krupuk nasi dalam jumlah besar dan membuat kemasan yang menarik serta memberi label nama produk dengan pertimbangan harga jual yang terjangkau oleh masyarakat sekitar.



Gambar 5. Bahan Pembuatan Krupuk



Gambar 6. Proses Pembuatan Krupuk



Gambar 7. Hasil UMKM



Gambar 8. Pelatihan Literasi Digital

Gambar 5. Bahan Pembuatan Krupuk terdiri dari: Nasi 1 Kg, Tepung Tapioca $\frac{1}{2}$ Kg, Garam secukupnya, Bawang Putih $\frac{1}{4}$ Kg, Penyedap Rasa 1 Bungkus, Minyak Goreng $\frac{1}{2}$ Kg dan Air 500 ml, dan Gas LPG total pembelian bahan menghabiskan uang sebesar Rp. 56.000,-. Setelah semua bahan dipersiapkan langkah selanjutnya memberikan kesempatan salah satu warga dalam hal ini Ibu Kana yang biasanya membuat krupuk nasi untuk dikonsumsi sendiri, diminta untuk membantu mencampur semua adonan mulai dari menghaluskan bawang putih dengan garam,

memberikan air sedikit demi sedikit dan mencampurkan nasi bersama tepung tapioka dan menambahkan penyedap rasa, campur semua adonan hingga kalis, selanjutnya buat adonan tersebut memanjang dan letakkan pada panci penanak nasi yang sudah terlebih dahulu dididihkan airnya. Tunggu sampai 25 menit kemudian angkat dan diamkan sampai dingin, selanjutnya lakukan pemotongan dan jemur ditempat yang panas (gambar 6). Proses pengorengan krupuk nasi membutuhkan minyak yang tidak terlalu banyak, setelah tiris baru dilakukan proses pengepakan krupuk, disini plastik kemasan yang diberikan lebih berinovasi dengan tambahan label yang telah bertuliskan nama desa, isi dari kemasan serta alamat desa dan nomor *handphone* dicantumkan (gambar 7). Antusias warga dalam mengikuti pelatihan literasi digital sangat memuaskan banyak pertanyaan dari beberapa warga sekitar diantaranya: bagaimana pemasarannya, berapa harga jualnya, hingga kemungkinan jika ada sisa nasi akan diberikan Ibu Kana agar dilakukan produksi masal, menginggit camilan krupuk nasi bisa disuguhkan sebagai pelengkap bersama dengan lauk pauk. Proses pembuatan krupuk nasi setelah diadakan perhitungan dan kesepakatan dengan warga maka harga jual yang disepakati sebesar Rp. 8.000 dan menjadi 20 bungkus sehingga laba yang dihasilkan sebesar Rp. 104.000 (gambar 8). Keuntungan sebesar itu jika rutin diproduksi akan menambah penghasilan warga Desa Jatirejo, pengangguran akan berkurang dan bisa dijadikan usaha sampingan untuk menciptakan UMKM baru di desa tersebut. Pemasaran sementara dari warga Desa Jatirejo, warga desa tetangga sekitar, warung-warung, hingga masuk rumah makan sekitar kota Lamongan, disamping itu dari media sosial yang telah dipelajari warga.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan digital literasi sebagai pembangkit UMKM di Desa Jatirejo merupakan kesempatan yang baik dimana keseharian warga yang selama ini berfokus bekerja disawah bisa dijadikan pekerjaan sampingan untuk pembuatan nasi sebagai krupuk. Dari penyampaian pelatihan memberikan perubahan pola berfikir warga dimana jika krupuk tersebut dikemas dan diberi label yang profesional layak dipasarkan pada media sosial seperti pada WA, IG, *Youtube*, *Shopee*. Tentunya dengan ketelatenan memasarkan dan kerjasama dari semua warga dan perangkat desa diharapkan mampu membuka peluang UMKM untuk bisa tetap bertahan dan menginspirasi warga lain agar bisa mengembangkan usaha pembuatan krupuk nasi tersebut.

Kendala dari pelaksanaan pelatihan literasi digital sebagai pembangkit UMKM adalah kelemahan sinyal internet yang kurang stabil karena termasuk wilayah dataran sedang, diperlukan label "halal" yang harus diperoleh dari Dinas Kesehatan Kabupaten Lamongan karena keterbatasan waktu Tim Pengabdian Masyarakat, untuk selanjutnya program kerja Tim Pengabdian Masyarakat akan lebih memprogram (tertata) hal-hal penting yang diperlukan dalam kesuksesan Program Pengabmas kedepannya. Serta dukungan dan berbagai bentuk kerja sama seluruh pihak yaitu: Kepala Desa, Perangkat Desa dan Masyarakat Desa Jatirejo merupakan solusi untuk pengadaan fasilitas jaringan internet agar lebih mudah diakses oleh warga sekitar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Jatirejo, Bapak Ibu Perangkat Desa, Warga Desa Jatirejo dan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Lamongan yang telah memberi kesempatan dalam melakukan Pelatihan Digital Literasi sebagai pembangkit UMKM, serta syukur yang tak terhingga dari berbagai pihak atas dukungan baik berupa material, spiritual dan sumbangsi pemikirannya dalam menyukseskan program pengabdian masyarakat sehingga berjalan lancar dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Anurdea, S. (2022, Juli 23). *Kolaborasi Kominfo dan Platform Dalam Mendukung Akselerasi UMKM Go Digital* . Retrieved from Ditjen Aptika: <https://aptika.kominfo.go.id/>
- Christian, R. (2021, Desember 02). *5 Upaya Meningkatkan Literasi Digital Untuk Para Pelaku UMKM*. Retrieved from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/business/economy/ruth-christian/upaya-meningkatkan-literasi-digital>
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce di Era Industri 4.0 dan Society 5.0. *Iqtishaduna : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vo. 8. No. 2 Hal. 171-184.
- KOMINFO. (2022, Maret 26). *Dukung Upaya Peningkatan Literasi Digital Pelaku UMKM*. Retrieved from Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia : <https://www.kominfo.go.id/content>
- Nayoan, A. (2021, Juni 18). *Apa itu E-Commerce? Berikut Pengertian, Jenis Serta Manfaatnya* . Retrieved from Niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-ecommerce>
- Nurhadi. (2022, Juli 23). *Mengenal Meta Perusahaan Induk dari Whatsaap dan Facebook*. Retrieved from tempo.co: <https://tekno.tempo.co/read/1615099>
- Puitra A. P. E. A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Berbasis Digital Literacy Di Kampung Logam Ngingas Kabupaten Sidoarjo . *Jurnal Sinergitas PKM dan CSR* , Vol. 5 No. 3
- Purwana, D. R. S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, Vol. 1 No. 1
- Setiawan, A. (2022, Januari 26). *Literasi Digital Masyarakat Indonesia Membaik* . Retrieved from Indonesia.go.id: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/3962/literasi>
- Stiadi. M. D. H. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM. *Bakti Banua : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 2 No. 1.
- Suri, I, U. H. (2022). Literasi Digital Dalam Meningkatkan Keterampilan Enterpreneurship Masyarakat Desa Cirumpak Kabupaten Tangerang. *Community*, Hal. 32-41.
- Ulfa, A. M. (2022, Maret 28). *Potret Penggunaan Internet di Indonesia* . Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/dinihariyanti>
- Wibowo, Y. G. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* , Hal. 127-134.