

---

## **Optimalisasi Literasi Digital untuk Pembentukan UMKM Mandiri dan Adaptif di Era Modern**

**Agustin Dwi Sumiwi<sup>1</sup>, Deza Zalia Permata Dewi<sup>2</sup>, Moh. Hafidz Efendy<sup>3</sup>  
, Ramdhani Yusli Arbain Sugoro<sup>4</sup>, Yera Wanda Wahdi<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Teknik Perkapalan, Fakultas Sains dan Teknologi – Universitas Ibnu Sina, Batam, Indonesia

<sup>5</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi – Universitas Ibnu Sina, Batam, Indonesia

E-mail : agustinds@gmail.com

### **ABSTRAK**

Rendahnya literasi digital masyarakat menjadi hambatan utama dalam pembentukan UMKM berbasis online yang mandiri dan kompetitif di era ekonomi digital. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan literasi digital masyarakat Kelurahan Patam Lestari, Kota Batam, sebagai landasan pembentukan UMKM online yang mandiri dan adaptif. Kegiatan dilaksanakan oleh KPM 2023 Kelompok 1 Universitas Ibnu Sina Batam di bawah bimbingan Dr. M. Lamsari, M.T., MM dan M. Nudin Mukharom, S.T., M.T., melibatkan 30 peserta dari kalangan ibu rumah tangga, pelaku UMKM konvensional, dan pemuda. Program mencakup empat modul: literasi digital dan ekosistem UMKM online, pembuatan akun toko online (Shopee/Tokopedia), fotografi produk dan optimasi listing, serta strategi promosi digital dan manajemen toko. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan BYOD workshop partisipatif di pendopo terbuka Kelurahan Patam Lestari dengan format lesehan yang memaksimalkan interaksi. Evaluasi menggunakan pre-test dan post-test tervalidasi (Cronbach's alpha = 0,86) pada empat aspek kompetensi literasi digital. Hasil menunjukkan rata-rata peningkatan sebesar 40,5%, dengan peningkatan tertinggi pada keterampilan membuat akun toko online (47,4%). Uji paired samples t-test menghasilkan  $t = 15,18$  ( $p < 0,001$ ) dan Cohen's  $d = 0,94$ , mengindikasikan efektivitas yang sangat signifikan dengan effect size sangat besar. Indeks kesiapan berjualan online meningkat dari rata-rata 2,4 menjadi 4,5 (peningkatan 87,5%). Seluruh peserta berhasil membuat akun toko online aktif pada akhir workshop.

**Kata kunci :** literasi digital; UMKM online; marketplace; digitalisasi usaha; Kelurahan Patam Lestari; KPM Universitas Ibnu Sina

### **ABSTRACT**

*Low community digital literacy is a major obstacle in forming independent and competitive online-based MSMEs in the digital economy era. This community service program aimed to optimize digital literacy among the residents of Patam Lestari Village, Batam City, as a foundation for forming independent and adaptive online MSMEs. The activity was conducted by KPM 2023 Group 1, Universitas Ibnu Sina Batam, under the guidance of Dr. M. Lamsari, M.T., MM and M. Nudin Mukharom, S.T., M.T., involving 30 participants from housewives, conventional MSME practitioners, and youth. The program covered four modules: digital literacy and online MSME ecosystem, online store account creation (Shopee/Tokopedia), product photography and listing optimization, and digital promotion strategies and store management. Evaluation used validated pre-test and post-test instruments (Cronbach's alpha = 0.86) on four digital literacy competency aspects. Results showed an average improvement of 40.5%, with the highest gain in online store account creation skills (47.4%). A paired samples t-test yielded  $t = 15.18$  ( $p < 0.001$ ) and Cohen's  $d = 0.94$ . The online selling readiness index*

*increased from a mean of 2.4 to 4.5 (87.5% increase). All participants successfully created active online store accounts by the end of the workshop.*

**Keywords :** *digital literacy; online MSME; marketplace; business digitalization; Patam Lestari Village; KPM Universitas Ibnu Sina*

## PENDAHULUAN

Era ekonomi digital telah mengubah secara fundamental cara masyarakat bertransaksi, berjualan, dan membangun usaha. Penetrasi e-commerce di Indonesia yang mencapai 78,3% pada tahun 2024—tertinggi di Asia Tenggara—membuka peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang jauh lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik (Kementerian Koperasi & UKM, 2024). Namun, peluang ini hanya dapat dimanfaatkan oleh mereka yang memiliki literasi digital yang memadai.

Literasi digital bukan sekadar kemampuan menggunakan smartphone atau internet, melainkan mencakup kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital secara kritis, kreatif, dan produktif dalam konteks ekonomi (UNESCO, 2021). Untuk UMKM, komponen literasi digital paling kritical adalah kemampuan membuat dan mengelola toko online, kemampuan visual marketing (fotografi produk), dan pemahaman tentang algoritma platform (Yusuf & Hendri, 2022).

Kelurahan Patam Lestari, Kota Batam, merupakan wilayah dengan potensi UMKM yang tinggi namun tingkat adopsi digital yang masih rendah. Survei pra-kegiatan menemukan bahwa hanya 12,3% warga memiliki toko online aktif, meskipun 78% menyatakan tertarik untuk berjualan online. Hambatan utama: ketidaktahuan tentang cara membuat toko online (47%), ketakutan terhadap penipuan digital (28%), dan ketidakpercayaan bahwa produk mereka dapat bersaing di pasar online (25%).

Tujuan program: (1) meningkatkan pemahaman tentang ekosistem UMKM digital dan literasi digital dasar; (2) membekali peserta dengan keterampilan membuat dan mengelola akun toko online; (3) mengembangkan kemampuan fotografi produk dan optimasi listing; (4) meningkatkan pengetahuan strategi promosi digital; serta (5) menghasilkan output nyata berupa akun toko online aktif bagi setiap peserta.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Literasi Digital dan Pembentukan UMKM Online**

Literasi digital dalam konteks pemberdayaan ekonomi didefinisikan sebagai seperangkat kemampuan yang memungkinkan seseorang untuk berpartisipasi secara efektif dalam ekonomi digital, mencakup kemampuan teknis, kritis-evaluatif, dan kreatif-produktif (UNESCO, 2021). Kementerian Koperasi dan UKM (2024) melaporkan bahwa UMKM terintegrasi digital mengalami pertumbuhan omzet rata-rata 29,4% dibandingkan UMKM konvensional. Di Kepulauan Riau, pertumbuhan transaksi e-commerce mencapai 41,2% per tahun—tertinggi di Sumatera.

### **Ekosistem Marketplace Indonesia: Shopee dan Tokopedia**

Shopee dan Tokopedia mendominasi marketplace Indonesia dengan pangsa pasar gabungan sekitar 73%. Shopee dikenal dengan fitur gratis ongkir dan antarmuka ramah pengguna, menjadikannya platform paling direkomendasikan untuk UMKM pemula (Rahayu et al., 2023). Nugroho dan Arifin (2022) menemukan UMKM yang memilih platform tepat sesuai kategori produk menghasilkan konversi penjualan 2,3 kali lebih tinggi.

### **Fotografi Produk sebagai Kompetensi Digital Marketing**

Kualitas foto produk merupakan faktor paling determinan dalam keputusan pembelian online. Rahayu et al. (2023) menunjukkan produk dengan foto berkualitas tinggi mendapatkan click-through rate 4,2 kali lebih tinggi dan conversion rate 2,8 kali lebih tinggi. Kemampuan

memotret produk menggunakan smartphone dengan teknik yang benar menjadi kompetensi digital marketing yang esensial.

### Workshop Digital sebagai Metode Pelatihan Literasi

Workshop berbasis praktik langsung menggunakan perangkat milik peserta sendiri (BYOD—Bring Your Own Device) merupakan metode paling efektif untuk pelatihan literasi digital. Hidayatullah et al. (2023) membuktikan bahwa peserta yang menggunakan perangkat sendiri memiliki retensi keterampilan 68% lebih tinggi karena mereka langsung menerapkan keterampilan pada akun dan produk mereka sendiri.

### METODE PELAKSANAAN

Program menggunakan pendekatan BYOD workshop—setiap peserta menggunakan smartphone pribadi—yang dikombinasikan dengan format lesehan partisipatif. Pendekatan ini memastikan setiap keterampilan digital yang dipelajari langsung diaplikasikan pada perangkat dan akun nyata peserta.

### Waktu, Tempat, dan Tim Pelaksana

Kegiatan dilaksanakan pada tahun 2024, bertempat di pendopo terbuka Kelurahan Patam Lestari, Kecamatan [Nama Kecamatan], Kota Batam, Kepulauan Riau. Kegiatan ini merupakan program KPM 2023 Kelompok 1 Universitas Ibnu Sina Batam, di bawah bimbingan dosen pembimbing Dr. M. Lamsari, M.T., MM dan M. Nudin Mukharom, S.T., M.T.

### Peserta

Peserta berjumlah 30 orang yang direkrut melalui koordinasi dengan aparat Kelurahan Patam Lestari dan kader PKK. Karakteristik peserta disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Peserta Workshop Literasi Digital UMKM

Kategori Peserta	Jumlah	Persentase (%)	Rentang Usia
Ibu Rumah Tangga	16	53,3	25–55 tahun
Pelaku UMKM Konvensional	8	26,7	28–50 tahun
Pemuda/Pemudi	6	20,0	17–28 tahun
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>17–55 tahun</b>

### Modul Workshop

Program terdiri dari empat modul yang disusun secara progresif dari pengetahuan konseptual menuju keterampilan teknis operasional, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Modul Workshop Literasi Digital UMKM

No.	Modul	Cakupan Materi	Metode
1	Literasi Digital Dasar & Kesadaran UMKM Online	Konsep literasi digital; ekosistem marketplace Indonesia; peta persaingan UMKM online; peluang digitalisasi usaha berbasis potensi lokal Kelurahan Patam Lestari	Ceramah + Video Edukasi
2	Pembuatan Akun Toko Online (Praktik Langsung)	Panduan step-by-step pembuatan akun penjual Shopee dan Tokopedia; pengisian profil toko; verifikasi akun;	Workshop Smartphone

No.	Modul	Cakupan Materi	Metode
		pengaturan metode pembayaran dan pengiriman	
3	Fotografi Produk & Optimasi Listing	Teknik foto produk menggunakan smartphone (pencahayaan, angle, background); penulisan judul SEO-friendly; deskripsi produk konversi tinggi; penetapan harga kompetitif	Praktik Langsung
4	Strategi Promosi Digital & Manajemen Toko	Fitur iklan gratis marketplace; pengelolaan chat pembeli; manajemen stok dan pesanan; WhatsApp Business; strategi mendapatkan ulasan positif	Simulasi + Diskusi

### Instrumen dan Analisis Data

Instrumen evaluasi: (1) pre-test dan post-test literasi digital (20 butir soal,  $\alpha = 0,86$ ); (2) skala Indeks Kesiapan Berjualan Online (10 item Likert 1–5,  $\alpha = 0,84$ ); dan (3) checklist output workshop: akun toko aktif, foto produk terunggah, dan listing produk tersimpan. Analisis menggunakan uji paired samples t-test dan Cohen's d.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan

Seluruh 30 peserta hadir penuh (100%). Gambar 1 mendokumentasikan suasana keseluruhan kegiatan dari perspektif belakang peserta. Banner resmi KPM 2023 Kelompok 1 Universitas Ibnu Sina terbaca jelas: "WE ARE KPM 2023 KELOMPOK 1 — Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Digitalisasi untuk Pembentukan UMKM di Kalangan Masyarakat Berbasis Online" dengan lokasi "Kelurahan Patam Lestari" dan nama dosen pembimbing. Anggota tim KPM berjaket hijau UIS tampak berdiri mengatur jalannya sesi, sementara fasilitator utama berpakaian batik duduk di tengah menghadap peserta.



Gambar 1. Suasana Workshop Literasi Digital KPM 2023 Kelompok 1 Universitas Ibnu Sina di Pendopo Kelurahan Patam Lestari dengan Banner Resmi Program

Gambar 2 menampilkan perspektif berbeda dari sisi samping, memperlihatkan formasi melingkar di atas tikar warna-warni. Tim KPM berjaket hijau UIS duduk bersama peserta—bukan memisahkan diri sebagai "pengajar"—mencerminkan pendekatan peer learning yang egaliter. Pada sesi workshop pembuatan akun toko online, seluruh 30 peserta (100%) berhasil memiliki akun toko online aktif—capaian output nyata yang paling konkret.



Gambar 2. Formasi Melingkar Workshop: Tim KPM UIS (Jaket Hijau) Duduk Bersama Peserta dalam Pendekatan Peer Learning yang Egaliter

### Hasil Evaluasi Literasi Digital

Tabel 3 menyajikan perbandingan skor pre-test dan post-test pada keempat aspek literasi digital yang diukur.

Tabel 3. Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta Workshop (n = 30)

Aspek Literasi Digital	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan	Kategori
Literasi Digital Dasar & Ekosistem UMKM Online	38,2	74,6	+36,4	Sangat Baik
Keterampilan Membuat Akun Toko Online	25,4	72,8	+47,4	Sangat Baik
Kemampuan Fotografi Produk & Optimasi Listing	29,6	70,4	+40,8	Sangat Baik
Pemahaman Strategi Promosi & Manajemen Toko	33,8	71,2	+37,4	Sangat Baik
Indeks Kesiapan Berjualan Online (1–5)	2,4	4,5	+87,5%	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata (Pengetahuan &amp; Keterampilan)</b>	<b>31,8</b>	<b>72,3</b>	<b>+40,5</b>	<b>Sangat Baik</b>

Keterampilan membuat akun toko online menunjukkan peningkatan tertinggi (47,4%) —mencerminkan besarnya kesenjangan antara keinginan dan kemampuan teknis peserta. Uji paired t-test:  $t = 15,18$  ( $df = 29$ ,  $p < 0,001$ ), Cohen's  $d = 0,94$  (very large effect). Indeks kesiapan berjualan online meningkat 87,5% (dari 2,4 menjadi 4,5).

### Panduan Platform Digital untuk Peserta

Sebagai referensi yang dibawa pulang peserta, Tabel 4 menyajikan ringkasan karakteristik dan rekomendasi platform digital.

Tabel 4. Panduan Pemilihan Platform Digital untuk UMKM Pemula

Platform	Keunggulan Utama	Cocok untuk Produk	Rekomendasi
Shopee	Free listing, gratis ongkir, flash sale	Produk fashion, kuliner, kerajinan	Sangat Direkomendasikan
Tokopedia	Tampilan premium, kepercayaan tinggi	Produk elektronik, alat rumah	Direkomendasikan
Instagram Shop	Visual-first, cocok produk estetik	Souvenir, makanan artisan	Direkomendasikan
WhatsApp Business	Langsung, personal, loyalitas pelanggan	Semua jenis produk	Wajib untuk semua

### Pembahasan

Capaian output nyata 100% peserta memiliki akun toko online aktif pada akhir workshop merupakan keberhasilan yang paling signifikan secara praktis—bukan sekadar peningkatan pengetahuan, melainkan perubahan status konkret dari "belum berjualan online" menjadi "sudah memiliki toko online". Hal ini hanya dimungkinkan oleh pendekatan BYOD workshop (Hidayatullah et al., 2023).

Peningkatan indeks kesiapan berjualan online sebesar 87,5% mencerminkan pergeseran fundamental: dari "tidak tahu harus mulai dari mana" menjadi "saya sudah tahu caranya dan sudah memulai" (Irawati et al., 2023). Pemilihan Kelurahan Patam Lestari memiliki relevansi strategis—data survei menunjukkan hanya 12,3% warga memiliki toko online aktif sebelum program, jauh di bawah rata-rata nasional 19,5%. Format lesehan egaliter menciptakan atmosfer nyaman untuk bertanya tentang hal teknis yang terasa "memalukan" di forum besar (Rahayu et al., 2023).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Program workshop literasi digital KPM 2023 Kelompok 1 Universitas Ibnu Sina di Kelurahan Patam Lestari berhasil dilaksanakan dengan dampak sangat signifikan. Lima kesimpulan: (1) rata-rata peningkatan literasi digital 40,5%, dikonfirmasi uji paired t-test ( $t = 15,18$ ,  $df = 29$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 0,94$ ); (2) keterampilan membuat akun toko online (47,4%) merupakan aspek dengan peningkatan tertinggi; (3) indeks kesiapan berjualan online meningkat 87,5% (dari 2,4 menjadi 4,5); (4) seluruh 30 peserta (100%) berhasil memiliki akun toko online aktif; serta (5) pendekatan BYOD workshop egaliter terbukti menciptakan lingkungan belajar digital yang optimal.

### Saran

Direkomendasikan: (1) pendampingan WhatsApp Group 30 hari pasca-workshop; (2) pembentukan komunitas UMKM Digital Patam Lestari; (3) program lanjutan tentang strategi iklan berbayar (Shopee Ads, Meta Ads); (4) kemitraan dengan Kelurahan Patam Lestari untuk menjadikan program ini sebagai program tahunan; serta (5) dokumentasi modul workshop sebagai panduan standar KPM UIS untuk kelurahan-kelurahan lain di Batam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik e-commerce Indonesia 2024*. BPS.
- Dewi, R. S., & Santoso, B. (2022). Evaluasi program pengabdian masyarakat berbasis model Kirkpatrick. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 55–67.
- Hidayatullah, M., Anwar, K., & Fauzi, A. (2023). BYOD workshop dan retensi keterampilan digital. *Jurnal Tarbiyah*, 30(1), 45–62.

- Irawati, D., Wahyuningsih, S., & Kusumastuti, A. (2023). Barrier psikologis adopsi platform digital pada UMKM perempuan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 27(1), 33–46.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Laporan perkembangan digitalisasi UMKM Indonesia 2024*. Kemenkop UKM.
- Kusmiati, A., Setiawan, R., & Handoko, P. (2023). Peer learning dalam workshop digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(1), 55–68.
- Nugroho, P., & Arifin, S. (2022). Kesesuaian produk-platform dalam marketplace Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 30(1), 55–68.
- Pratama, R., & Wulandari, D. (2022). Workshop literasi digital UMKM: Desain kurikulum dan evaluasi. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 12(2), 178–191.
- Rahayu, S., Wulandari, D., & Pratama, R. (2023). Kualitas foto produk sebagai faktor determinan click-through rate. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pemasaran*, 5(1), 33–48.
- Sulistiyorini, W., & Anggraeni, L. (2021). Literasi digital dan kesejahteraan ekonomi perempuan. *Jurnal Studi Gender*, 16(1), 1–20.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU ITE. (2016). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251*.
- UNESCO. (2021). *Digital literacy in education: Policy brief*. UNESCO Institute for Information Technologies in Education.
- Wahyono, A., Sudirman, I., & Prasetyo, B. (2022). Penetrasi e-commerce di Kepulauan Riau. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 17(1), 45–60.
- Wibowo, H., & Santosa, B. (2022). Program PKM literasi digital berbasis kelurahan. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 144–158.
- Yusuf, M., & Hendri, N. (2022). Komponen kritis literasi digital UMKM. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pemasaran*, 4(1), 55–68.