
Optimalisasi Kemampuan Literasi Digital dalam Pengembangan Bidang Usaha di Daerah Binaan Malaka Sari, Jakarta Timur

Ruri Fadhillah Hakim^{1*}, Nia Setiawati², Eva Jeniar Noverisa³

^{1,2,3}Prodi Pendidikan Bahasa Jepang, Universitas Negeri Jakarta

*Corresponding Author: rurifadhillah@gmail.com

Submitted: 1 Agustus 2024

Revised: 29 September 2025

Accepted: 29 September 2025

ABSTRACT

This Community Service program aims to optimize 21st century competencies, especially Digital Literacy in business development in the Assisted Area of Malaka Sari, East Jakarta. This seminar and training is specifically designed to redevelop Digital Literacy and optimize its use, especially in business development in Duren Sawit District in order to increase marketability for people who have a business or who want to start a business. The method used in this training is the method of delivering material and practicing exercises. This activity is expected to provide knowledge about optimizing Digital Literacy in business development and these skills can be used to increase sales turnover and business promotion in Malaka Sari.

Keywords: digital literacy; business development; fostered area

ABSTRAK

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengoptimalkan kompetensi abad 21 terutama Literasi Digital dalam pengembangan usaha di Wilayah Binaan Malaka Sari, Jakarta Timur. Seminar dan pelatihan ini dirancang khusus untuk mengembangkan kembali Literasi Digital dan mengoptimalkan penggunaannya terutama dalam pengembangan usaha di Kecamatan Duren Sawit dalam rangka peningkatan daya jual bagi masyarakat yang memiliki usaha ataupun yang ingin memulai berbisnis. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah metode penyampaian materi dan praktek latihan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai optimalisasi Literasi Digital dalam pengembangan usaha dan dapat kemampuan tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan omset penjualan dan promosi usaha di Malaka Sari.

Kata Kunci: literasi digital; bidang usaha; wilayah binaan

To cite this article: Hakim, R. F., Setiawati, N., Noverisa, E. J. (2025). Optimalisasi Kemampuan Literasi Digital dalam Pengembangan Bidang Usaha di Daerah Binaan Malaka Sari, Jakarta Timur. *Darmacitya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 53-58.



Pendahuluan

Proses belajar anak-anak dipengaruhi oleh panca indera untuk menerima sesuatu dari sekitarnya, konsentrasi dan perasaan. Jika perasaan anak senang maka panca indera dan konsentrasi akan bekerja dengan baik. Sehingga anak akan mudah untuk diarahkan (Hasbi, Muhammad et al., 2020). Tentunya dalam proses pembelajaran guru perlu memiliki kemampuan untuk membangkitkan motivasi siswa maupun menggunakan metode yang bervariasi agar dapat membangun minat siswa didiknya (Hidayat & Streit, 2022).

Efek pandemi COVID-19 yang masih terasa hingga saat ini berdampak signifikan pada pelaku usaha offline di Indonesia. Banyak bisnis mengalami penurunan pendapatan akibat perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja secara online. Perkembangan e-commerce dan bisnis online menjadi kompetitor kuat bagi pelaku usaha offline karena menawarkan kemudahan, harga yang kompetitif, serta variasi produk yang lebih beragam. Kondisi ini menyebabkan penurunan omzet penjualan, khususnya pada pelaku usaha offline yang belum memiliki kecakapan literasi digital (Nikkei Asia, 2021).

Di era digital, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia usaha. Internet, media sosial, e-commerce, serta berbagai aplikasi berbasis teknologi berperan penting dalam menunjang operasional bisnis. Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah cara bisnis dijalankan, sehingga menuntut pemilik usaha dan tenaga kerja untuk memiliki literasi digital agar mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut (Jones & Hafner, 2012).

Literasi digital menurut Gilster (1997) tidak hanya mencakup kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memaknai informasi yang disajikan dalam berbagai format digital. Gilster menekankan bahwa literasi digital lebih berorientasi pada kemampuan berpikir kritis terhadap informasi yang diperoleh melalui media digital daripada sekadar keterampilan teknis dalam mengoperasikan perangkat. Pandangan ini diperkuat oleh Eshet (2002) yang menyatakan bahwa literasi digital mencakup kemampuan kognitif, evaluatif, dan strategis dalam menggunakan sumber digital.

Gilster (1997) mengelompokkan literasi digital ke dalam empat kompetensi inti, yaitu pencarian informasi di internet (internet searching), navigasi hypertext, evaluasi konten informasi (content evaluation), dan penyusunan pengetahuan (knowledge assembly). Kompetensi ini menjadi dasar penting bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif.

Dalam bidang usaha, literasi digital memberikan berbagai manfaat, antara lain mempercepat akses informasi yang up to date, membantu pengembangan keterampilan melalui berbagai sumber pembelajaran digital seperti YouTube dan website, menghemat waktu operasional, serta memperluas jaringan dan jangkauan pasar melalui media sosial (Facebook, Twitter, dan platform lainnya). Selain itu, literasi digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar global, dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional (Priambada, 2015).

Literasi digital yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha meliputi pemanfaatan konten dan media digital untuk menentukan sasaran pasar, pengolahan data dan komunikasi melalui e-mail, kolaborasi kerja, serta komunikasi dan promosi melalui media sosial dan aplikasi konferensi daring. Melalui pemanfaatan literasi digital, pelaku usaha tidak hanya mengenal teknologi digital, tetapi juga mampu mengintegrasikannya ke dalam aktivitas usaha sehari-hari, terutama dalam kegiatan promosi dan pemasaran. Hal ini sejalan

dengan upaya membangun masyarakat yang melek teknologi dan siap menghadapi tantangan ekonomi digital (Julia et al., 2018). Adapun manfaat dari adanya literasi digital terutama dalam bidang usaha adalah:

1. Memperoleh dan memperluas informasi secara cepat dan up to date (terbaru). Contohnya, jika kita ingin mengetahui ongkos kirim, kita tidak perlu mendatangi jasa ekspedisi satu persatu. Informasi tentang ongkos kirim bisa kita ketahui dengan mudah melalui aplikasi tertentu secara mudah.
2. Penggunaan internet di era digital mampu membantu seseorang belajar dan melatih keterampilan. Misalnya, apabila ingin membuat desain produk secara sederhana atau mempelajari cara menyusun laporan keuangan dasar, pengguna dapat mencari tutorial melalui YouTube maupun artikel pada berbagai website.
3. Setiap individu dapat mencari informasi maupun menggunakan aplikasi bisnis melalui internet kapan saja dan di mana saja. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital berperan dalam menghemat waktu.
4. Dalam konteks bisnis, literasi digital memungkinkan pelaku usaha mencari dan menambah iklan serta menjangkau customer potensial baru dari berbagai wilayah, termasuk luar negeri, melalui media sosial. Contohnya adalah pemanfaatan aplikasi Facebook, Twitter, dan platform media sosial lainnya.
5. Pasar yang tidak terbatas. Dengan adanya digitalisasi usaha, maka kemungkinan bisnis untuk mencapai pasar global akan semakin besar. Hal ini tentunya akan sangat menguntungkan bagi banyak pihak terutama perusahaan.
6. Menghemat biaya. Banyaknya portal-portal gratis di internet juga dapat menghemat biaya, sehingga kita tidak perlu mengeluarkan biaya lebih dalam mencari dan menikmati sesuatunya.
7. Lebih ramah lingkungan. Contohnya bisa kita lihat dalam penggunaan surat elektronik atau e-mail di internet untuk mengirim atau menerima pesan, sehingga memungkinkan dalam menghemat penggunaan kertas.
8. Mampu membuat keputusan yang lebih baik. Banyaknya informasi di internet, membantu kita dalam mencari tahu serta membandingkan sesuatu lebih cepat.

Literasi digital yang dapat digunakan oleh pelaku usaha diantaranya : (a) Konten dan Media. Melalui konten dan media, pelaku usaha dapat mengetahui sasaran pasaran produknya ; (b) Pengolahan data dan kata, biasanya bisa melalui email ; (c) Kolaborasi Kerja, (d) Komunikasi, melalui zoom ataupun media sosial untuk promosi.

Melalui literasi digital, pelaku usaha tidak hanya mengenalkan media digital, secara lebih mendalam mereka mampu menyinergikan dengan kegiatan sehari-hari terutama untuk menunjang aktivitas usaha yang dimiliki, termasuk aktivitas melakukan promosi maupun pemasaran melalui sosial media agar dapat memberikan keuntungan bagi usahanya. Sosial media yang digunakan untuk mempromosikan produk yang dimiliki seperti whatsapp, instagram dan facebook. Sehingga metode pemasaran online tersebut memiliki pengaruh yang baik untuk mengembangkan usaha yang dimiliki dengan memberikan keuntungan yang lebih.

Metode Pelaksanaan

Seminar pada pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diselenggarakan pada bulan September 2023 secara daring. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung, yang diawali dengan persiapan panitia, kemudian dilanjutkan dengan pembukaan serta sambutan oleh ketua pelaksana dan perwakilan mahasiswa. Pada tahap penyampaian materi, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep literasi digital dan manfaatnya bagi pelaku usaha. Selanjutnya, kegiatan

dilanjutkan dengan workshop berbasis praktik berupa pembuatan model iklan produk dan konten promosi melalui media sosial. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada pukul 09.00 WIB hingga pukul 11.00 WIB.

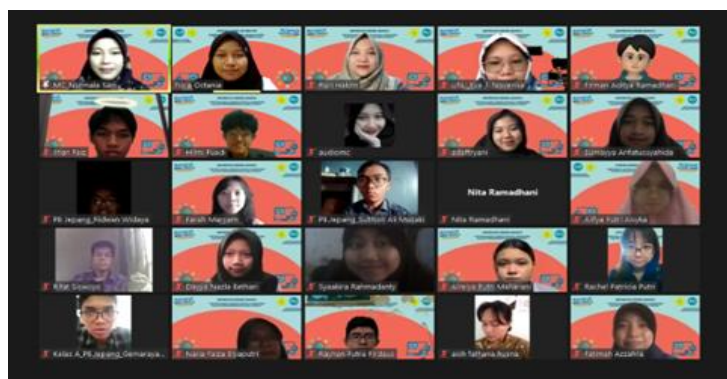
Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertajuk *Optimalisasi Literasi Digital Marketing dalam Pengembangan Dunia Usaha* dilaksanakan pada September 2023 secara daring melalui Zoom Meeting, pukul 09.00–11.00 WIB. Kegiatan ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dengan memadukan metode ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung.

Kegiatan PKM ini tidak hanya berfokus pada penyampaian materi teoretis, tetapi juga menekankan aspek praktik melalui pelatihan pembuatan iklan kreatif di media sosial. Pendekatan ini dirancang agar peserta tidak sekadar memahami konsep, tetapi mampu mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam bentuk karya nyata yang relevan dengan kebutuhan era digital. Dengan demikian, kegiatan ini mengintegrasikan dimensi kognitif dan keterampilan aplikatif secara seimbang.

Adapun rangkaian kegiatan dilaksanakan secara sistematis. Tahap pertama adalah persiapan teknis, di mana panitia dan narasumber memasuki ruang Zoom untuk memastikan kesiapan perangkat serta kelancaran pelaksanaan kegiatan. Tahap kedua berupa pembukaan oleh MC yang menyampaikan susunan acara dan tata tertib webinar. Sambutan Ketua Pelaksana, Ruri Fadhillah Hakim, M.Hum., menegaskan urgensi literasi digital marketing sebagai strategi adaptif dalam menghadapi persaingan usaha berbasis teknologi.

Tahap inti berupa pemaparan materi dan diskusi interaktif oleh narasumber Ade Fitriyani Rudiyanto. Peserta memperoleh pemahaman mengenai konsep literasi digital marketing, strategi branding produk, teknik penyusunan pesan promosi, serta pemilihan platform media sosial yang tepat sesuai segmentasi pasar. Sesi ini dilanjutkan dengan workshop praktik pembuatan model iklan dan konten promosi digital. Interaksi dua arah dalam diskusi menunjukkan antusiasme peserta sekaligus memperkuat pemahaman konseptual melalui klarifikasi langsung.



Gambar 1. Pelaksanaan kegiatan melalui zoom meeting

Selanjutnya, evaluasi kegiatan dilakukan melalui angket kepuasan yang diisi oleh 66 responden, sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan, peningkatan pemahaman, serta dampak kegiatan terhadap kesadaran dan keterampilan peserta dalam bidang literasi digital marketing.

Tabel 1. Hasil angket evaluasi kegiatan PKM

No.	Pertanyaan Angket	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)	Cukup Setuju (%)
1	Saya merasa puas dengan kegiatan PKM “Optimalisasi Literasi Digital Marketing” yang diselenggarakan oleh tim PKM.	53%	47%	-
2	Mengikuti kegiatan PKM ini memberikan dorongan untuk menyadari pentingnya literasi digital marketing di era digital.	56,1%	43,9%	-
3	Mengikuti kegiatan PKM ini membuat saya memahami pentingnya branding produk dan pembuatan konten promosi yang menarik.	59,1%	39,4%	1,5%
4	Mengikuti kegiatan PKM ini memberikan edukasi mengenai pentingnya social media marketing dan pemilihan platform yang tepat untuk pemasaran produk.	57,6%	42,4%	-

Berdasarkan hasil angket, seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap pelaksanaan kegiatan. Pada aspek kepuasan umum, sebanyak 53% responden menyatakan “Sangat Setuju” dan 47% “Setuju” bahwa kegiatan PKM berjalan dengan baik dan memuaskan. Temuan ini menunjukkan bahwa perencanaan, materi, dan metode pelaksanaan dinilai relevan serta sesuai dengan kebutuhan peserta.

Pada aspek peningkatan kesadaran, 56,1% responden menyatakan “Sangat Setuju” dan 43,9% “Setuju” bahwa kegiatan ini mendorong mereka untuk menyadari pentingnya literasi digital marketing di era persaingan usaha yang semakin kompetitif. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun kesadaran kritis peserta terhadap urgensi transformasi digital dalam dunia usaha.

Sementara itu, pada aspek pemahaman branding dan pembuatan konten promosi, 59,1% responden menyatakan “Sangat Setuju”, 39,4% “Setuju”, dan 1,5% “Cukup Setuju”. Data ini memperlihatkan bahwa mayoritas peserta merasakan peningkatan wawasan mengenai strategi membangun citra produk serta menyusun konten promosi yang menarik. Selain itu, 57,6% responden “Sangat Setuju” dan 42,4% “Setuju” bahwa kegiatan ini memberikan edukasi mengenai pentingnya penggunaan social media marketing dan pemilihan platform yang tepat untuk pemasaran produk.

Secara keseluruhan, temuan tersebut menunjukkan bahwa model pelatihan berbasis praktik yang diterapkan dalam kegiatan PKM ini efektif dalam meningkatkan literasi digital peserta, baik pada aspek kognitif (pengetahuan dan pemahaman), afektif (kesadaran dan sikap positif), maupun keterampilan aplikatif. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam membangun kesiapan peserta untuk mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan, serta berpotensi memperkuat daya saing usaha di era transformasi digital.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertajuk *Optimalisasi Literasi Digital Marketing dalam Pengembangan Dunia Usaha* telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital peserta. Melalui pendekatan yang mengintegrasikan pemaparan materi konseptual dan workshop praktik pembuatan konten promosi, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta mengenai digital marketing, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya branding, strategi komunikasi pemasaran, serta pemilihan platform media sosial yang

tepat.

Kegiatan daring ini merupakan bagian dari rangkaian program PKM berbentuk seminar dan workshop yang diselenggarakan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta. Pelaksanaan secara daring memberikan fleksibilitas partisipasi, meskipun terdapat kendala dalam menentukan waktu yang tepat untuk rapat perencanaan karena perbedaan ketersediaan waktu tim pelaksana. Namun demikian, secara umum proses persiapan hingga pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan lancar.

Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi serta adanya peningkatan pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan peserta dalam menyusun konten promosi berbasis media sosial. Dengan demikian, model pelatihan berbasis praktik yang diterapkan terbukti efektif dalam memperkuat kompetensi literasi digital peserta.

Ke depan, diperlukan perbaikan dalam aspek perencanaan, perancangan, dan pelaksanaan kegiatan sejenis agar program PKM dapat memberikan kontribusi yang lebih optimal. Melalui evaluasi berkelanjutan, diharapkan program studi semakin mampu menghadirkan ruang produktif bagi civitas akademika dan masyarakat untuk berdiskusi, berkolaborasi, serta memecahkan permasalahan secara kontekstual dan aplikatif.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Fakultas Bahasa dan Seni UNJ yang telah memberikan dukungan dana untuk Program PKM yang telah kami usulkan. Berkat dukungan ini, kami dapat menjalankan Program PKM dengan baik dan lancar. Seperti yang telah kami sampaikan sebelumnya, program PKM ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pelatihan mengenai optimalisasi literasi digital dalam pengembangan dunia usaha. Kami juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Lurah Malaka Sari yang telah membuka peluang untuk kerja sama dalam pelaksanaan PKM di wilayah binaan, sehingga terlaksana dengan sukses. Kami juga berterima kasih kepada semua pihak yang turut andil dalam kegiatan ini, sehingga Program PKM ini dapat terlaksana dengan sempurna.

Daftar Pustaka

- Eshet & Alkalai, Y. (2004). *Digital Literacy: A Conceptual Framwork For Survival*.
 Gilster. 1997. *Digital Literacy*. New York : Wiley
 Jones, Rodney H. & Hafner, Christoph A. *Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction*. New York: Routledge, 2012.
 Julia, J, Isrok'atun, I, & Safari, I. (2018). *Prosiding Seminar Nasional "Membangun Generasi Emas 2045 yang Berkarakter dan Melek IT" dan Pelatihan "Berpikir Suprarasional"*. UPI Sumedang Press.
 Priambada, Swasta. 2015. *Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)*. Jurnal Universitas Brawijaya.
 Artikel "Pandemic Shakes Up Indonesia's Retail Sector" (Nikkei Asia, 2021): <https://asia.nikkei.com/Business/Retail/Pandemic-shakes-up-Indonesia-s-retail-sector>