

Pemberdayaan Perempuan Pra Sejahtera: Meningkatkan Kapasitas UMKM "Ngaranre Sambal" dengan Literasi Digital

Andi Asy'hary J.Arsyad^{1*}, Usman Tamrin¹

¹Universitas Pejuang Republik Indonesia

* andiasyhary001@gmail.com

ABSTRAK

Pemberdayaan ekonomi perempuan pra sejahtera adalah isu mendesak yang memerlukan perhatian khusus. Contoh konkrit terdapat di Kota Makassar, yaitu UMKM "Ngaranre Sambal" di Kelurahan Buntusu, yang anggotanya terdiri dari lima anggota perempuan dengan latar belakang ekonomi yang terbatas. Mereka memulai produksi sambal olahan pada tahun 2022, namun menghadapi kendala dalam meningkatkan produksi dan memasarkan produk. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melalui literasi digital menjadi langkah penting dalam memahami dan mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM "Ngaranre Sambal". PKM ini melibatkan metode Focus Group Discussion (FGD) dengan tujuan awal untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini. Selanjutnya, mereka mengikuti kegiatan literasi digital selama 6 bulan. Hasil dari PKM ini menunjukkan pencapaian yang signifikan dalam penerapan literasi digital oleh UMKM "Ngaranre Sambal". Mereka berhasil mengintegrasikan pengetahuan literasi digital ke dalam operasional bisnis mereka, termasuk pembuatan akun Instagram produk, pembuatan konten promosi yang kreatif, dan publikasi konten secara teratur. Akibatnya, UMKM ini mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka.

Kata kunci — Pemberdayaan, Perempuan Pra Sejahtera, UMKM

ABSTRACT

Economic empowerment of pre-welfare women is an urgent issue that requires special attention. A concrete example is in Makassar City, namely the MSMEs "Ngaranre Sambal" in Buntusu Village, which consists of five female members with limited economic backgrounds. They started producing processed chili in 2022, but faced obstacles in increasing production and marketing products. Community Service Activities (PKM) through digital literacy became an important step in understanding and overcoming the challenges faced by the "Ngaranre Sambal" MSMEs. This PKM involved the Focus Group Discussion (FGD) method with the initial goal of understanding the challenges faced by this MSMEs. They then attended digital literacy activities for 6 months. The results of this PKM showed significant achievements in the application of digital literacy by the "Ngaranre Sambal" MSMEs. They successfully integrated digital literacy knowledge into their business operations, including creating a product Instagram account, creating creative promotional content, and publishing content regularly. As a result, this MSMEs was able to reach a wider market and increase their income.

Keywords — Empowerment, Pre-Welfare Women, MSMEs

 OPEN ACCESS

© 2023. Author's



[Creative Commons
Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1. Pendahuluan

Pemberdayaan ekonomi perempuan pra Sejahtera adalah isu yang mendesak dan memerlukan perhatian khusus [1]. Salah satu UMKM yang ada di kota Makassar adalah "Nganre Sambal" di Kelurahan Buntusu, yang terdiri dari lima orang perempuan dengan latar belakang ekonomi yang terbatas. Mereka memulai usaha produksi sambal olahan pada tahun 2022, namun terkendala dalam peningkatan produksi dan pemasaran produk.

Dalam era digital yang terus berkembang, literasi digital telah menjadi komponen penting dalam kesuksesan bisnis, terutama untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) [2]. Di tengah kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, promosi digital, yang mencakup pemasaran online dan penggunaan media sosial, menjadi strategi yang makin relevan [3]. Ini bukan hanya membuka peluang baru, tetapi juga memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas daripada yang pernah mereka bayangkan sebelumnya.

Tantangan utama yang sering dihadapi oleh kelompok perempuan pra sejahtera seperti UMKM "Nganre Sambal" adalah pemahaman dan integrasi literasi digital dalam operasional bisnis mereka. Ini bukan hanya masalah akses teknologi, tetapi juga pemahaman bagaimana teknologi tersebut dapat digunakan secara efektif dalam pengelolaan usaha. Oleh karena itu, pendekatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melalui literasi digital menjadi langkah kunci dalam memberdayakan UMKM seperti "Nganre Sambal" untuk mengatasi tantangan ini. Literasi digital adalah kemampuan individu untuk menggunakan, memahami, dan berpartisipasi dalam lingkungan digital [4]. Ini mencakup keterampilan dalam mengakses, mengevaluasi, dan mengintegrasikan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks bisnis [5]. Promosi digital, yang mencakup pemasaran online dan penggunaan media sosial adalah salah satu strategi yang memanfaatkan platform online dan alat-alat digital untuk meningkatkan eksposur dan penjualan produk atau jasa [6].

Studi oleh Isabela, dkk (2023) [7] menyoroti dampak positif tingkat literasi digital yang tinggi pada produktivitas dan kesuksesan bisnis. Peningkatan literasi digital

memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam operasional mereka, menghemat waktu dan sumber daya, serta mengurangi biaya yang terkait dengan pemasaran dan manajemen bisnis. Lebih dari itu, literasi digital membantu UMKM untuk memahami perilaku konsumen digital, yang sangat relevan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

Beberapa kegiatan PKM tentang literasi digital yang pernah dilaksanakan telah menunjukkan beberapa hal yang bisa mendukung artikel PKM ini. Pertama, artikel PKM kegiatan dari Winarsih, dkk (2022) menjelaskan pelatihan yang bertujuan untuk memajukan UMKM di suatu desa dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Warga desa diajarkan cara mengemas produk krupuk nasi secara profesional dan memasarkannya melalui platform seperti WhatsApp, Instagram, YouTube, dan Shopee. Tujuan pelatihan ini adalah meningkatkan pendapatan warga desa dan mengilhami perkembangan usaha krupuk nasi di desa-desa lain [8].

Artikel PKM selanjutnya dari Piu, dkk (2023) mengeksplorasi kegiatan yang bertujuan meningkatkan literasi digital dan penggunaan teknologi digital dalam bisnis UMKM. Melalui sosialisasi literasi digital dan kampanye media, pelaku UMKM menunjukkan antusiasme dan partisipasi yang tinggi. Evaluasi menunjukkan perlunya kegiatan serupa dengan materi yang lebih lanjut [8].

Sementara itu, artikel PKM dari Ismah, dkk (2023) mencakup pelatihan digital marketing kepada ibu-ibu PKK sebagai anggota UMKM di Kelurahan Kemijen, Semarang. Pelatihan ini melibatkan pengembangan sikap mandiri dan kolaboratif, pengembangan minat berwirausaha, serta strategi pemasaran produk di era digital. Evaluasi kegiatan ini menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi dari peserta dan harapan bahwa UMKM di Kemijen dapat tumbuh dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan PKM kami menyajikan contoh tentang bagaimana literasi digital mampu memberdayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), khususnya yang dikelola oleh perempuan dengan keterbatasan ekonomi. Kami melihat korelasi yang kuat dengan kegiatan PKM sebelumnya yang menekankan perlunya

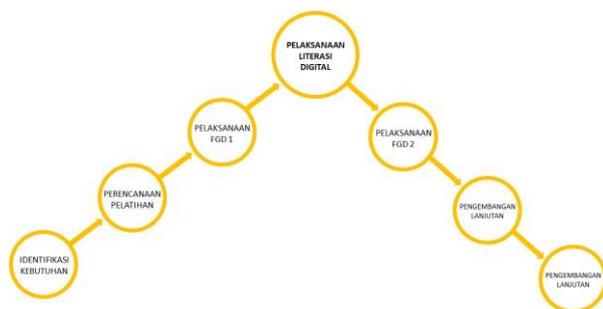
pelatihan digital untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Namun, perlu dicatat bahwa PKM kami lebih menekankan pada pengembangan literasi digital sebagai landasan, bukan sekadar pemasaran produk melalui media sosial seperti yang ditekankan oleh Winarsih, dkk (2022). Meskipun begitu, terdapat potensi yang menjanjikan dalam menggabungkan pendekatan literasi digital yang kami teliti dengan strategi pemasaran melalui media sosial, seperti yang dicontohkan untuk memberdayakan UMKM secara lebih komprehensif dan memungkinkan pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

2. Target dan Luaran (Optional)

Target dalam kegiatan ini adalah UMKM "Nganre Sambal" di Kelurahan Buntusu, Kota Makassar, yang terdiri dari lima orang perempuan. Diharapkan kegiatan ini bisa membantu UMKM tersebut bisa meningkatkan penjualannya melalui media digital. Adapun luaran dari kegiatan ini nantinya akan dipublikasikan ke prosiding atau jurnal PKM nasional.

3. Metodologi

Metode yang kami gunakan adalah Focus Group Discussion (FGD) yang berbentuk *pelatihan dan implementasi*. Dimana Metodologi ini mencakup langkah-langkah yang terperinci dalam membantu kelompok perempuan pra sejahtera yang bergerak di bidang UMKM untuk memahami, menerapkan, dan mengintegrasikan literasi digital dalam bisnis mereka.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan PKM Literasi Digital

3.1. Metode Identifikasi Kebutuhan

Tahap pertama dalam proses ini adalah identifikasi kebutuhan. Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan observasi awal untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh

UMKM "Nganre Sambal." Dalam proses observasi awal dan wawancara ini juga dibantu oleh beberapa mahasiswa.



Gambar 2. Observasi Awal Kepada Para Anggota UMKM

3.2. Metode Perencanaan Pelatihan

Langkah berikutnya adalah perencanaan pelatihan. Tim pengabdian merancang konsep pelatihan literasi digital yang sesuai dengan kebutuhan peserta UMKM. Ini mencakup pemilihan materi pelatihan, penyusunan jadwal, dan pemilihan metode penyampaian yang efektif.



Gambar 3. Perumusan Konsep Kegiatan Literasi Digital

3.3. Metode Pelaksanaan FGD

Setelah perencanaan selesai, tahap berikutnya adalah pelaksanaan FGD (*Focus Group Discussion*). FGD merupakan wadah utama di mana anggota UMKM "Nganre Sambal" menerima materi literasi digital. Tim pengabdian bekerja sama dengan beberapa narasumber yang memiliki pengetahuan dalam literasi digital untuk menyampaikan materi. Selama FGD, anggota kelompok terlibat aktif dalam diskusi, tanya jawab, dan praktik yang relevan dengan promosi digital. Materi yang diajarkan mencakup penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, manajemen bisnis digital, dan aspek-aspek penting lainnya.



Gambar 4. Pelaksanaan FGD sebelum Literasi Digital

3.4. Metode Praktek dan Implementasi

Tahap selanjutnya adalah praktek dan implementasi. Anggota UMKM "Ngaranre Sambal" diberi kesempatan untuk mengimplementasikan pengetahuan yang telah mereka dapatkan. Mereka mulai menciptakan akun Instagram produk, membuat konten promosi yang kreatif, dan merencanakan publikasi secara teratur. Praktek ini bertujuan untuk memastikan pemahaman mereka dalam menerapkan literasi digital dalam operasional bisnis.



Gambar 5. Tampilan Produk "Ngaranre Sambal"

3.5. Metode Monitoring dan Evaluasi

Metode selanjutnya adalah monitoring dan evaluasi. Tim pengabdian bekerja sama dengan anggota UMKM "Ngaranre Sambal" untuk melakukan evaluasi berkala terhadap akun Instagram produk, kualitas konten promosi, dan dampak pada penjualan. Data dari evaluasi ini digunakan untuk memperbaiki dan mengoreksi kesalahan-kesalahan dalam melakukan posting maupun interaksi kepada konsumen melalui sosial media.



Gambar 6. Evaluasi Produk "Ngaranre Sambal"

3.6. Metode Penyempurnaan dan Pengembangan Lanjutan

Berdasarkan hasil evaluasi, langkah selanjutnya adalah penyempurnaan dan pengembangan lanjutan. Proses ini mencakup pembuatan strategi promosi digital dan pengoptimalan konten. Dan kami berharap kedepannya akan ada aplikasi e-commerce yang bisa dibuat dan digunakan oleh pelaku UMKM "nganre sambal"



Gambar 7. Pemberian Materi Pengenalan Kepada Para Anggota UMKM "Ngaranre Sambal"

3.7. Metode Pemeliharaan dan Pendampingan Jangka Panjang

Pemberdayaan literasi digital tidak berakhir setelah pelatihan awal. UMKM "Ngaranre Sambal" memerlukan pendampingan jangka panjang dalam pengembangan kapasitas literasi digital mereka. Tim pengabdian berkomitmen untuk memberikan dukungan dan bimbingan secara berkelanjutan agar kelompok ini dapat terus tumbuh dan berkembang dalam era digital yang terus berubah.



Gambar 8. Proses Konsultasi Promosi Media Sosial

4. Jadwal Pelaksanaan PKM Literasi Digital

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan PKM Literasi Digital

TAHAPAN PELAKSANAAN	DESEMBER 2022	JANUARI 2023	FEBRUARI 2023	MARET 2023	APRIL 2023	MEI 2023	JUNI 2023	JULI 2023	AGUSTUS 2023	Ket.
Identifikasi Kebutuhan										
Perencanaan Pelatihan										
Pelaksanaan FGD 1										
Pelaksanaan Literasi Digital (Praktik dan Implementasi)										
Pelaksanaan FGD 2 (Monitoring dan Evaluasi)										
Pengembangan Lanjutan										
Pendampingan Jangka Panjang										

5. Pembahasan

Hasil temuan utama yang sangat signifikan adalah peningkatan yang berhasil dicapai dalam implementasi literasi digital oleh UMKM "Ngaranre Sambal." Mereka tidak hanya sekadar membuka akun produk di platform Instagram, melainkan berhasil mengoptimalkan penggunaan platform tersebut untuk mencapai pasar yang lebih luas dan membangun basis pengikut yang konsisten. bukan sekadar pembukaan akun saja, melainkan penerapan strategi yang matang. Mereka memahami bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan teknologi, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen digital dan berbagai aspek strategis.



Gambar 9. Akun Media Sosial "Ngaranre Sambal"

Dalam aspek kreatifitas, terlihat peningkatan yang sangat mencolok dalam pembuatan konten promosi. Para anggota "Ngaranre Sambal" berhasil mengembangkan kemampuan dalam menciptakan konten visual

yang sangat menarik dan menggugah minat bagi calon pelanggan.

UMKM "Ngaranre Sambal" mampu menggabungkan kedalaman pengetahuan tentang produk mereka dengan kemampuan kreatif dalam menciptakan konten yang mengkomunikasikan nilai produk secara efektif. Dampak dari penggunaan media digital ini, UMKM "Ngaranre Sambal" mencapai pertumbuhan yang sangat signifikan dalam penjualan produk mereka, mencerminkan dampak positif dari penerapan literasi digital dalam bisnis mereka. Upaya ini membuktikan bahwa literasi digital bukan hanya sebuah kemampuan tambahan, melainkan inti dari strategi bisnis yang berhasil dalam era digital yang terus berkembang.

Selain itu, mereka telah mengadopsi publikasi konten yang teratur, yang telah membantu memperkuat kehadiran mereka dalam ranah digital. Dengan menjaga konsistensi dalam publikasi dan memperbarui konten secara berkala, mereka telah berhasil mempertahankan minat konsumen dan mendapatkan eksposur yang lebih baik. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan literasi digital yang terintegrasi membuka pintu kesuksesan dalam era digital yang terus berkembang.

Dalam konteks temuan utama, penerapan literasi digital oleh UMKM "Ngaranre Sambal" mencerminkan keterkaitan dengan 8 elemen literasi digital menurut kerangka yang dikemukakan oleh Douglas A . J . Belshaw (2012) [9] Masing-masing elemen literasi digital memiliki dampak yang signifikan pada kesuksesan implementasi literasi digital oleh UMKM ini:

Tabel 2. Indikator Pencapaian Literasi Digital Sebelum Pelaksanaan Literasi Digital

Indikator	Pencapaian		
	Baik	Sedang	Kurang
Budaya			
Kognitif			
Konstruktif			
Komunikatif			
Percaya Diri			
Kreatif			
Manusia & Kritis			

Tabel 3. Indikator Pencapaian Literasi Digital Setelah Pelaksanaan Literasi Digital

Indikator	Pencapaian		
	Baik	Sedang	Kurang
Budaya			
Kognitif			
Konstruktif			
Komunikatif			
Percaya Diri			
Kreatif			
Manusia & Kritis			

Budaya: Dalam mengikuti tren dan budaya digital, UMKM "Nganre Sambal" mencerminkan pemahaman literasi budaya dalam konteks online. Mereka mampu memahami dan merespons dinamika budaya digital yang memengaruhi bisnis mereka.

Kognitif: UMKM "Nganre Sambal" telah mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana memanfaatkan media sosial dan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka. Mereka mampu merencanakan dan melaksanakan strategi yang memanfaatkan literasi kognitif ini dalam memahami alat-alat digital yang relevan dengan bisnis mereka.

Konstruktif: Hasil temuan mencerminkan kemampuan mereka dalam menciptakan konten promosi yang kreatif dan menarik. Mereka telah mengadopsi pendekatan konstruktif dalam menghasilkan konten yang bernilai dan memikat bagi calon pelanggan.

Komunikatif: Melalui interaksi dengan pelanggan di platform media sosial, UMKM ini telah mengembangkan kemampuan literasi komunikatif mereka. Mereka dapat berinteraksi secara efektif dalam ranah digital, menjadikan komunikasi dengan pelanggan lebih lancar dan efisien.

Percaya Diri: Dengan mempertahankan publikasi konten yang teratur dan memperbarui konten secara berkala, mereka membangun literasi kumulatif dengan memanfaatkan akumulasi pengetahuan digital. Ini mencerminkan kemampuan mereka untuk terus belajar dan berkembang dalam era digital yang terus berkembang.

Kreatif: Kemampuan mereka untuk menciptakan konten promosi yang kreatif

mencerminkan kreatif. Mereka tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menciptakan tren dengan pendekatan yang inovatif.

Manusia & Kritis: UMKM ini harus secara terus-menerus mengevaluasi berbagai aspek media sosial dan teknologi digital dalam bisnis mereka. Pemahaman literasi kritis, memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi peluang, mengatasi tantangan, dan membuat keputusan yang dipertimbangkan secara keilmuan.

Dengan dukungan berkelanjutan dalam hal literasi digital, UMKM "Nganre Sambal" dan kelompok serupa lainnya akan terus berkembang dan memberikan kontribusi positif pada pemberdayaan hingga pemulihan ekonomi.

6. Kesimpulan

Pemberdayaan UMKM "Nganre Sambal" melalui literasi digital telah membawa perubahan positif yang signifikan dalam mengatasi kendala pemasaran dan pengembangan usaha. Implementasi langkah-langkah penting seperti pembukaan akun Instagram produk, penciptaan konten promosi yang menarik, dan publikasi konten secara teratur telah memperkuat kehadiran bisnis mereka di ranah digital.

Melalui penerapan literasi digital yang berkelanjutan, UMKM "Nganre Sambal" dapat memastikan bahwa keberhasilan bisnis mereka tetap berlanjut. Ini mencerminkan komitmen mereka dalam menjaga kesuksesan berkelanjutan yang berkontribusi positif pada perekonomian lokal.

7. Daftar Pustaka

- [1] Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, "Literasi Digital Bagi Perempuan, Dukung Pemberdayaan Hingga Pemulihan Ekonomi," *KEMENTERIAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK REPUBLIK INDONESIA*, 2022. [Online]. Available: <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/3782/literasi-digital-bagi-perempuan-dukung-pemberdayaan-hingga-pemulihan-ekonomi>
- [2] A. A. J. Arsyad, L. Sulisty, W. Rahayu, and E. Fatmawati, "Upaya Peningkatan

Literasi Digital Masyarakat Melalui Program Pelatihan Komputer Di Desa Terpencil,” *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 4, no. 1, pp. 654–661, 2023.

- [3] T. Sulistyowati *et al.*, “Pelatihan Literasi Digital Pada Perempuan,” *Jurnal Dedikasi*, vol. 16, no. 1, pp. 14–18, 2019.
- [4] R. H. Jones and C. A. Hafner, *Understanding digital literacies: A practical introduction*. Newyork: Routledge, 2021.
- [5] Y. W. D. Sasmito and B. Prestianto, “Analisis Tingkat Literasi Digital Dan Penerapan E-Commerce Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (Jemap)*, vol. 4, no. 1, p. 145, 2021, doi: 10.24167/jemap.v4i1.3148.
- [6] D. A. R. Widyastuti, R. Nuswantoro, and T. A. P. Sidhi, “Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta,” *Jurnal ASPIKOM*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2016, doi: 10.24329/aspikom.v3i1.95.
- [7] Isabella, A. Iriyani, and D. P. Lestari, “Literasi Digital sebagai Upaya Membangun Karakter Masyarakat Digital,” *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, vol. 8, no. 3, pp. 167–172, 2023.
- [8] T. Winarsih *et al.*, “Pelatihan Literasi Digital Sebagai Pembangkit UMKM DESA JATIREJO,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 1–9, 2022.
- [9] D. A. Belshaw, “What is ‘digital literacy’? Douglas A . J . Belshaw,” *Durham E-Theses Online*, vol. 0, pp. 0–274, 2012, [Online]. Available: <http://etheses.dur.ac.uk/3446>