

**LITERASI DIGITAL SEBAGAI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PENGENALAN EKONOMI KREATIF UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI DESA TANJUNGRASA**

**Siti Selomita<sup>1</sup>, Siti Nazmiatul Muslimah<sup>2</sup>, Riki Maulana<sup>3</sup>, Nia Herawati<sup>4</sup>,  
Wardahtul Jannah<sup>5</sup>, Yudi Darmawijaya<sup>6</sup>**

<sup>123456</sup>Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon

\*Email: [sitiselomita08@gmail.com](mailto:sitiselomita08@gmail.com)

**Abstrak**

Artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai Literasi Digital Sebagai Pemberdayaan masyarakat melalui pengenalan ekonomi kreatif menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tanjunggrasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak program pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada ekonomi kreatif dalam pengembangan UMKM. Dalam hal ini, rendahnya pemahaman terhadap manfaat teknologi memengaruhi tingkat pemanfaatan teknologi di kalangan pelaku UMKM. Selain itu, juga dipengaruhi oleh faktor literasi digital yang belum merata. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan diskusi kelompok terarah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam ekonomi kreatif mampu mendorong inovasi produk, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM. Program pelatihan yang meliputi desain produk, pemasaran digital, dan manajemen keuangan terbukti efektif dalam memberdayakan pelaku UMKM. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan swasta berperan penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM. Dengan adanya pengenalan ekonomi kreatif, masyarakat tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan, tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru, yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kebijakan dan program pemberdayaan masyarakat di desa lain, serta mendorong keberlanjutan ekonomi kreatif di Indonesia.

**Kata kunci:** pemberdayaan masyarakat, ekonomi kreatif, UMKM, Desa Tanjunggrasa, inovasi produk, inovasi pemasaran.

**Abstract**

*Community empowerment through the introduction of creative economy is the key to improving the quality of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tanjunggrasa Village. This study aims to analyze the impact of community empowerment programs that focus on the creative economy in the development of MSMEs. The method used is a qualitative approach with data collection through interviews, observations, and focus group discussions. The results of the study indicate that increasing community knowledge and skills in the creative economy can encourage product innovation, expand markets, and increase the competitiveness of MSMEs. Training programs that include product design, digital marketing, and financial management have proven effective in empowering MSME actors. In addition, collaboration between the government, educational institutions, and the private sector plays an important role in creating an ecosystem that supports the growth*

of MSMEs. With the introduction of the creative economy, the community is not only able to increase income, but also create new jobs, which contribute to local economic development. This study is expected to be a reference for the development of policies and community empowerment programs in other villages, as well as encourage the sustainability of the creative economy in Indonesia.

**Keyword:** community empowerment, creative economy, UMKM, Tanjungrasa Village, product innovation, marketing innovation.

DOI : <https://doi.org/10.52188/psnpm.v4i-1000>.

©2024 Authors by Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon



## 1. PENDAHULUAN

Gilster (1997) mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari berbagai sumber dengan sangat luas yang diakses melalui piranti komputer. Di era digital yang serba terhubung ini, literasi digital memegang peranan penting dalam menunjang keberhasilan dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagaimana dijelaskan oleh Naidu dan Chand (2021), “Literasi digital merupakan kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital secara efektif dan tanggung jawab.” Dalam konteks UMKM, literasi digital mencakup keterampilan seperti pemanfaatan media social untuk pemasaran. Literasi digital memainkan peran penting dalam pemberdayaan masyarakat, terutama dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif. Di Desa Tanjungrasa, peningkatan kualitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui literasi digital dapat membuka peluang baru bagi masyarakat.

Istilah “pemberdayaan masyarakat” cukup sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari. Istilah ini tidak asing lagi di telinga kita mengingat saat ini cukup banyak program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah, BUMN, organisasi sosial/kemasyarakatan, maupun pihak swasta. Berita mengenai program pemberdayaan masyarakat cukup sering kita lihat/dengar mulai dari koran, radio, televisi, dan media internet. Program pemberdayaan masyarakat yang kita kenal, umumnya merupakan sebuah program yang berupaya untuk mengentaskan kemiskinan dan menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat (Habib, 2021).

Konsep “pemberdayaan” berasal dari kata dasar “daya” yang mengandung arti “kekuatan”, dan merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu “empowerment”. Dalam hal ini konsep pemberdayaan mengandung arti memberikan daya atau kekuatan kepada kelompok yang lemah yang belum mempunyai daya/kekuatan untuk hidup mandiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok/kebutuhan dasar hidupnya sehari-hari seperti makan, pakaian/sandang, rumah/papan, pendidikan, dan kesehatan (Hamid, 2018).

Secara konseptual pemberdayaan masyarakat dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan sosial dari penduduk sebuah komunitas yang mengorganisasikan diri dalam membuat perencanaan dan tindakan kolektif, untuk memecahkan masalah sosial atau memenuhi kebutuhan sosial sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki (Sumodiningrat, 2009). Dalam pendapat lain, pemberdayaan masyarakat didefinisikan sebagai sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni bersifat *people centered* (berpusat pada manusia), *Participatory* (partisipatif), *empowering* (memberdayakan), dan *sustainable* (berkelanjutan) (Alfitri, 2011).

Secara umum, pemberdayaan masyarakat ditujukan kepada kelompok masyarakat yang rentan dan lemah, sehingga setelah diberdayakan mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya. Kebutuhan dasar ini mencakup

sandang, pangan, dan papan. Selain mampu memenuhi kebutuhan dasar, masyarakat juga diharapkan akan mampu menjangkau sumber-sumber produktif yang dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang/jasa yang dibutuhkan dengan kualitas yang bagus. Dalam hal ini masyarakat diharapkan mampu berpartisipasi dalam proses pembangunan dan pengambilan keputusan yang mempengaruhi mereka (Suharto, 2010).

Ekonomi kreatif menjadi salah satu konsep penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sektor industri rumahan (UMKM) baik yang dilakukan oleh individu maupun BUM Desa cukup banyak yang telah berhasil di bidang ekonomi kreatif (Hasan, 2018). Dalam pemberdayaan masyarakat yang mengedepankan ekonomi kreatif, perlu menggali dan mengasah potensi *creativity*, *innovation*, *invention* dalam diri masyarakat. Secara umum ekonomi kreatif merupakan suatu konsep untuk merealisasikan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Dalam paradigma ekonomi kreatif, pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas yang ada dalam diri masyarakat (Purnomo, 2016). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bidang ekonomi kreatif merupakan salah satu pilihan terbaik dalam upaya pemberdayaan masyarakat.

Keberadaan penelitian digunakan untuk menitikberatkan penggunaan media sosial yakni melatih masyarakat Desa Tanjunggrasa untuk dapat memanfaatkan teknologi digital dan fasilitas yang melekat di dalamnya, mengedukasi masyarakat Desa Tanjunggrasa tentang program literasi digital serta mengedukasi masyarakat Desa Tanjunggrasa tentang perilaku bijak dalam memanfaatkan internet. Penggunaan media social sangat penting untuk membantu pelaku UMKM di Desa Tanjunggrasa dalam mempromosikan produk serta dapat memberikan dampak yang signifikan. Oleh karena jumlah pelaku UMKM di Desa Tanjunggrasa mayoritas, maka pemberdayaan ini ditujukan kepada para pelaku UMKM tersebut.

## **2. METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan studi kasus yang dilakukan terhadap masyarakat UMKM di Kp. Darma, Desa Tanjunggrasa RT 009/RW 005, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi yang dilakukan untuk melihat proses pelaku UMKM di desa Tanjunggrasa yang masyarakat tersebut kurangnya kreativitas terhadap produk yang diperjualbelikan sehingga berdampak pada kurangnya minat pembeli. Subjek dalam penelitian ini adalah beberapa pelaku UMKM, salah satunya adalah pedagang baso goreng atau sering disebut juga dengan Basreng. Pedagang Basreng ini termasuk pelaku UMKM yang mana pada produknya tersebut kurangnya daya tarik terhadap produk yang diperjualbelikan, sebab tidak adanya brand positioning yang ada di produk tersebut.

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan pendekatan deskriptif dengan menceritakan data yang didapatkan saat proses asesmen atau pemeriksaan, baik data berupa hasil wawancara dengan subjek, pelaku UMKM, dan masyarakat lainnya, hasil observasi di lapangan, maupun hasil tes yang digunakan. Setelah itu, penulis juga mengaitkannya dengan teori yang relevan dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi kesulitan dalam meningkatkan kualitas pelaku UMKM dan bagaimana memperbaikinya.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN Literasi Digital**

1. Kompetensi Teknis: Memfasilitasi penggunaan platform digital untuk promosi dan penjualan produk dengan memberikan wadah kepada pelaku UMKM ini dalam satu sosial media yakni @SupportUMKMTanjunggrasa, selain untuk berdiskusi dan belajar sosial media ini dapat digunakan untuk memperluas akses pasar.

2. Pengenalan Ekonomi Kreatif: Mengedukasi masyarakat tentang potensi ekonomi kreatif yang ada serta berinovasi dalam produk olahan makanan menjadi lebih baik sehingga dikenal oleh kalangan masyarakat
3. Pengembangan Produk: Mendorong pelaku UMKM di Desa Tanjunggrasa untuk berpikir lebih kreatif serta menghasilkan ide-ide yang dapat diterapkan dalam produknya agar lebih menarik dan sesuai dengan permintaan pasar.

4. Pembahasan

Menurut UNESCO, literasi merupakan kemampuan dalam mengidentifikasi, memahami, menafsirkan, menciptakan, berkomunikasi, menghitung dan menggunakan bahan cetak serta tulisan dalam kaitannya dengan berbagai pencapaian tujuan dalam mengembangkan pengetahuan serta potensi mereka, dan untuk berpartisipasi secara penuh dalam komunitas mereka serta masyarakat (A'yuni, 2015).

Literasi digital membangun konseptualisasi literasi yang terdiri dari empat komponen utama yaitu kemampuan dasar literasi digital (*underpinning*), latar belakang pengetahuan informasi (*background knowledge*), kompetensi utama literasi digital (*central competencies*), serta sikap dan perspektif informasi (*attitudes and perspective*) (Bawden, 2008). Pertumbuhan informasi yang tidak terkendali menuntut para pelaku UMKM agar lebih responsif terhadap perubahan yang ada.

Literasi digital berbasis ekonomi kreatif adalah kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan informasi digital dalam menciptakan, memproduksi, dan memasarkan produk atau layanan kreatif. Di era digital, individu dan pelaku usaha di sektor ekonomi kreatif perlu menguasai berbagai keterampilan, seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran, pengembangan konten digital, dan pemahaman tentang e-commerce. Literasi digital ini juga mencakup kemampuan untuk berkolaborasi secara daring, berinovasi dengan teknologi baru, dan memahami tren pasar yang relevan. Dengan demikian, pelaku ekonomi kreatif dapat mengoptimalkan potensi kreatif mereka, meningkatkan daya saing, dan mencapai audiens yang lebih luas. Selain itu, literasi digital membantu dalam pengelolaan hak kekayaan intelektual dan menciptakan jaringan yang mendukung kolaborasi di antara para kreator. Dalam konteks ini, literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat, tetapi juga sebagai pendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dari hasil penelitian ke UMKM yang ada di Tanjunggrasa ini sangat menarik karena dari keterangan Kepala Desa saat wawancara ada sebagian daerah di Tanjunggrasa yang UMKM nya bahkan juara di tingkat Kabupaten namun di daerah lain Tanjunggrasa ada UMKM yang terbilang dalam daerah yang ramai pelanggan namun tidak memiliki prestasi di tingkat manapun dan tidak memilikin izin usaha juga sertifikasi halal, maka dari itu kami membantu para UMKM yang tidak berkembang ini untuk belajar dan berdiskusi dengan kepala desa dan UMKM yang memiliki prestasi di tingkat kabupaten, dengan memberikan wadah kedua umkm ini dalam satu sosial media yakni @SupportUMKMTanjunggrasa, selain untuk berdiskusi dan belajar sosial media ini dapat digunakan untuk memperluas akses pasar.



Gambar 3.1 Sosialisasi Literasi Digital      Gambar 3.2 Media sosial yang mewadahi Umkm

#### 4. KESIMPULAN

Literasi digital yang baik memungkinkan pelaku UMKM untuk mengakses informasi yang relevan dan akurat, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan strategis. Dengan memanfaatkan teknologi dan sumber daya yang ada, pelaku UMKM di Desa Tanjunggrasa atau tempat lain dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka dalam ekonomi yang semakin digital. Pemberdayaan masyarakat melalui pengenalan ekonomi kreatif dan pelatihan adalah kunci dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM. Ini membantu mereka untuk lebih memahami dan menerapkan konsep ekonomi kreatif. Dampak positif pada UMKM adalah implementasi ekonomi kreatif berpotensi meningkatkan daya saing dan inovasi produk UMKM, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa. Pengembangan ekonomi kreatif harus berkelanjutan, dengan mempertimbangkan aspek lingkungan dan sosial, agar manfaatnya dapat dirasakan dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, artikel tersebut menekankan bahwa dengan literasi digital melalui pengenalan ekonomi kreatif dengan tepat dalam pemberdayaan masyarakat, potensi ekonomi kreatif dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan UMKM di desa.

#### DAFTAR PUSTAKA

Athallah Haickal, Naufal. 2017. Literasi Digital. Jurnal Perspektif.

Habib, M. A. 2021. Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif . Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy

Misjaya, Apep Perdiansyah, Otam. 2022. Buku Monografi Desa Tanjunggrasa Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Bogor.

Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UNU Cirebon 2022.

Rachim, A., et al. "Pemanfaatan Literasi Digital dalam Pengembangan UMKM di Masa Pandemi Covid-19." JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), Vol. 9, No. 3, 2023, pp. 1357–1366. Fokus pada pentingnya literasi digital untuk adaptasi ekonomi kreatif.

Roslinda Veronika Br Ginting dkk. "Peran Literasi Digital di Keluarga sebagai Pondasi UMKM." Jurnal PASOPATI, Vol. 3, No. 2, 2021. Mengupas pengaruh keluarga dalam membangun literasi digital.

Maksum, I. R., et al. "Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital di Pedesaan." Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, Vol. 6, No. 3, 2020. Studi kasus di Indonesia.

- Erlanitasari, E. "Digital Economic Literacy for SMEs Go Online." *Informasi*, 47(2), 2017. Diskusi tentang tantangan UMKM dalam transformasi digital.
- Regif, S. Y. "Literasi Digital Hijau untuk Pemberdayaan UMKM Desa." *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, Vol. 9, No. 1, 2023. Menekankan hubungan antara literasi digital dan pertumbuhan ekonomi hijau.
- Nofal, et al. "Strategi Digital untuk UMKM Berkelanjutan." *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, Vol. 1, No. 2, 2022. Eksplorasi teknologi digital sebagai penggerak utama pemasaran UMKM.
- Widyastuti, D. A. R., et al. "Digital Literacy Among Women Entrepreneurs in Yogyakarta." *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3, No. 1, 2016. Mengupas peran perempuan dalam literasi digital UMKM.
- Kemenkeu, "Bertumbuh Bersama UMKM." *Laporan Tahunan Ekonomi Indonesia*, 2020. Sorotan pada kolaborasi digital untuk mendukung UMKM.
- Bahtiar & Saragih. "Dampak Pandemi terhadap Transformasi Digital UMKM." *Kajian Strategis dan Aktual*, Vol. 12, 2020. Membahas kebutuhan literasi digital selama pandemi.
- Douglas Alan Jonathan Belshaw. "What is Digital Literacy? A Pragmatic Investigation." *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 2011. Analisis konsep literasi digital secara mendalam.