

Workshop Literasi Dan Digital Marketing Untuk Peningkatan Pemahaman Warga Desa Gadel Indramayu

¹Tri Ferga Prasetyo*, ²Abdul Kholiq, ³Muhamad Rohendi, ⁴Riza Mahmud Yunus, ⁵Agus Alamsyah P

¹Prodi Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

²Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

³Prodi Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

⁴Prodi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Bandung, Indonesia

⁵Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Bandung, Indonesia

Email: triferga.prasetyo@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Media Sosial
Pemahaman Keberdayaan Ekonomi
Workshop
Literasi Digital
Digital Marketing

Indonesia merupakan salah satu Negara pengguna internet terbanyak di dunia. Lebih dari setengah penduduk Indonesia khususnya di Desa Gadel Kec. Tukdana Kab. Indramayu telah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Namun permasalahan yang terjadi adalah masyarakat belum mampu menggunakan dan memanfaatkan teknologi dan media sosial dengan baik dan bijak. Terlebih dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat. Banyak masyarakat yang telah mengetahui canggihnya teknologi digital, akan tetapi belum menyadari bahwa internet juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Kegiatan workshop literasi digital bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan internet dan media sosial untuk berwirausaha sehingga mampu meningkatkan keberdayaan ekonomi. Metode pelaksanaan diawali dengan tahap persiapan, tahap pelaksanaan yang terdiri dari pemberian materi dan praktek, serta tahap evaluasi dan pendampingan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebanyak 76% mengenai bisnis online, peserta termotivasi untuk berwirausaha, serta peserta memiliki kemampuan untuk membuka toko online di beberapa media sosial dan market place.

ABSTRACT

Keywords:

Social Media
Understanding of Economic
Empowerment
Workshop
Digital Literacy
Digital Marketing

Indonesia is one of the countries with the most internet users in the world. More than half of the Indonesian occupation, especially in Gadel Village, Kec. Tukdana Kab. Indramayu has used the internet in his daily life. However, the problem that occurs is that people have not been able to use and utilize technology and social media properly and wisely. Especially in order to improve the community's economy. Many people are aware of the sophisticated digital technology, but do not realize that the internet can also be used to improve their welfare. The digital literacy workshop activity aims to provide knowledge and skills in utilizing the internet and social media for entrepreneurship so as to increase economic empowerment. The implementation method begins with the preparation stage, the implementation stage which consists of providing material and practice, as well as the evaluation and mentoring stage. The results of this activity showed an increase in participants' understanding of 76% about online business, participants were motivated to be entrepreneurship, and participants had the ability to open online stores on several social media and market places.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Pada abad 21 saat ini dunia sedang mengalami perubahan sangat cepat yang ditandai dengan adanya era revolusi industri 4.0. akan terjadi perubahan-perubahan di setiap aspek kehidupan manusia. Perkembangan internet dan teknologi digital secara yang terjadi terus menerus mempengaruhi adanya akses tanpa batas (Suryanti & Wijayanti, 2019). Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar. Melalui internet dan media digital, setiap orang dapat terhubung dengan semua orang dan dapat melihat

keadaan diseluruh dunia kapanpundan dimanapun. Berdasarkan hasil survei (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet, 2019) setiap tahun pengguna internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 pengguna internet sebanyak 171,17 juta jiwa atau 64,8% penduduk Indonesia telah menggunakan internet.

Media sosial adalah konten yang paling banyak diakses oleh pengguna. Internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kaplan & Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologis dan teknologi dari Web 2.0 dan memungkinkan penggunanya dapat menciptakan dan membagikan sesuatu yang dibuatnya. Teknologi akan memberikan pengaruh besar jika masyarakat mampu memanfaatkannya dengan baik dalam menuju kehidupan yang lebih bermartabat (Anggraini & Supriyanto, 2019; Winarsih & Furinawati, 2018).

Berbagai informasi dapat dengan mudah diakses oleh setiap masyarakat melalui gawai yang dimiliki. Namun masih banyak masyarakat yang masih belum dapat menggunakannya dengan baik. Kenyataan menunjukkan tingginya frekuensi mengakses informasi dan media sosial tidak menjamin kedewasaan masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet. Sehingga banyak terjadi kesenjangan dan penyalanggunaan internet, seperti penyebaran informasi hoaks, pelanggaran privasi, hingga adanya kasus kecanduan. Jika dilihat, maka hal tersebut disebabkan karena rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia (Kurnia & Astuti, 2017). Sehingga saat ini literasi digital memang menjadi hal yang sangat krusial, karena kemampuan menguasai teknologi informasi merupakan elemen penting dalam proses perubahan budaya, ekonomi, politik dan sosial. Sehingga gerakan literasi perlu diupayakan oleh semua pihak, mulai dari individu, kelompok, dan pemerintah (Andina, 2017). Menurut (Gilster & Glister, 1997) literasi digital diartikan sebagai kemampuan seorang individu untuk memahami dan menggunakan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber digital. Selanjutnya (Bawden, 2001) memberikan pemahaman literasi digital yang lebih luas sehingga menjadi pemahaman baru yang didasarkan pada literasi komputer dan literasi informasi.

Literasi digital lebih banyak dikaitkan dengan keterampilan teknis mengakses, merangkai, memahami, dan menyebarkan informasi. Literasi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Setyaningsih, Abdullah, Prihantoro, & Hustinawaty, 2019). Menyiapkan masyarakat untuk dapat menghadapi perkembangan teknologi tentu kemampuan literasi digital perlu ditingkatkan. Pendidikan literasi digital sudah harus dimulai di berbagai lapisan masyarakat, mulai dari usia dini, remaja, hingga dewasa. Sejauh ini, penggunaan internet dan teknologi digital tersebut masih sebatas untuk mencari hiburan dan berkomunikasi melalui media sosial. Sehingga masyarakat masih lebih banyak mendapatkan dampak negatif dari penggunaan akses internet. Banyak masyarakat yang telah mengetahui canggihnya teknologi digital, akan tetapi belum menyadari bahwa internet juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Kurangnya pengetahuan dan kemampuan masyarakat mengenai literasi digital dapat menimbulkan permasalahan yaitu masyarakat belum mampu menggunakan dan memanfaatkan internet dan teknologi digital dengan baik dan bijak. Terlebih dalam rangka meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan secara bahasa berarti proses, cara, perbuatan membuat berdaya, yaitu kemampuan untuk melakukan sesuatu atau kemampuan bertindak yang berupa akal, ikhtiar atau upaya (Depdikbud, 2003). Konsep pemberdayaan (empowering) dalam proses pendidikan luar sekolah di Indonesia pertama kali dikembangkan oleh Kindervanter pada tahun 1979. Menurutnya pemberdayaan merupakan proses pemberian kekuatan atau daya melalui pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pengertian, dan kepekaan warga belajar terhadap perkembangan sosial, ekonomi, dan politik, sehingga mereka memiliki kemampuan untuk memperbaiki kedudukannya dalam masyarakat (Anwar, 2007:77) Sementara menurut (Karwati, 2017) pemberdayaan merupakan salah satu wadah yang dijadikan sebagai upaya untuk memberikan wahana bagi masyarakat dalam memenuhi akan kebutuhan warga belajar berupa pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan bagi kehidupan yang lebih baik di dalam kehidupan keluarga dan masyarakat. Konsep pemberdayaan merupakan suatu upaya untuk menjadikan sesuatu yang adil dan beradab menjadi lebih efektif dalam seluruh aspek kehidupan. Keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat untuk bertahan dan mengembangkan diri untuk mencapai kemajuan. Memberdayakan masyarakat berarti suatu upaya untuk memampukan dan memandirikan masyarakat (Rufaidah, 2017). Sasaran utama pemberdayaan masyarakat adalah mereka yang lemah dan tidak memiliki daya, kekuatan atau kemampuan mengakses sumberdaya produktif atau masyarakat yang

terpinggirkan dalam pembangunan. Pemberdayaan ekonomi masyarakat saat ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dan internet, salah satunya dengan menggunakan media sosial untuk berwirausaha. Kaplan (2015) menyebutkan bahwa mediasosial saat ini bukan lagi digunakan untuk sekadar mencari hiburan bagi generasi muda. Media sosial dapat mempengaruhi semua orang, konsumen dan organisasi untuk mengambil keputusan, sehingga banyak pelaku bisnis yang saat ini berlombalomba untuk memanfaatkan media sosial. McFarland dan Ployhart (Buchori, 2018) juga menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya penyebaran informasi dengan cepat, sehingga dalam bisnis penyampaian promosi melalui berbagai media sosial dirasa lebih efektif karena berbagai ulasan dan komentar yang diberikan pengguna akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Program pengabdian pemahaman keberdayaan ekonomi, Literasi Digital, Digital marketing workshop kemitraan masyarakat di Desa Gadel ini akan memberikan pendidikan literasi digital untuk masyarakat dan pembekalan keterampilan untuk menggunakan media sosial dalam rangka meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat. Sementara itu mitra pemerintahan dari Desa Gadel berperan dalam penyediaan tempat untuk dan sarana prasana dalam pelaksanaan kegiatan. Implementasi model workshop digital literasi dapat dijadikan alternative pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Kegiatan workshop juga menggabungkan teori dan praktek sehingga tidak hanya memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan internet dan teknologi digital untuk berwirausaha melalui bisnis online sehingga mampu meningkatkan keberdayaan ekonomi.

II. MASALAH

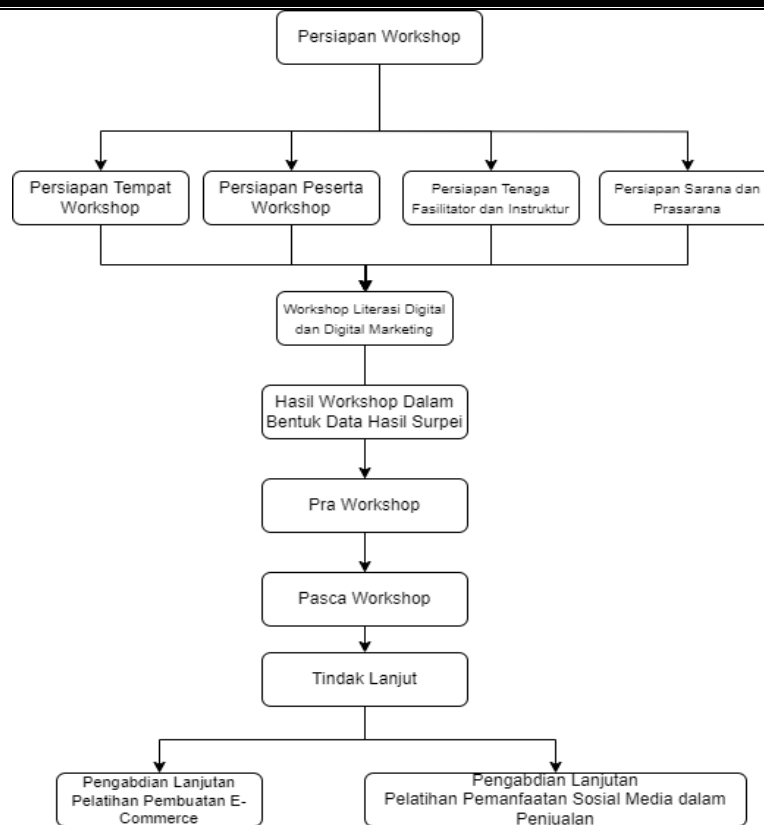
Masyarakat desa gadel belum semua memanfaatkan literasi digital dan digital marketing yang dalam hal ini dapat meningkatkan keberdayaan ekonomi pada UMKM masyarakat salah satunya karena desa gadel ini banyak yang berpenghasilan sebagai nelayan belum bisa memanfaatkan media social dan E-Commerce olahan ikan yang di buat ataupun ikan mentah secara utuh.



Gambar 1. Masyarakat belum memanfaatkan Literasi digital dan Digital Marketing

III. METODE

Kegiatan yang dilaksanakan merupakan pengabdian pemahaman keberdayaan ekonomi, Literasi Digital, Digital marketing workshop dalam bentuk pelatihan bisnis online yang dimulai dari dasar. Tahap persiapan meliputi persiapan tempat workshop, persiapan peserta workshop. Selain itu juga persiapan tenaga fasilitator dan instruktur, penentuan waktu pelaksanaan workshop, serta persiapan sarana dan prasarana yang akan digunakan. Materi workshop disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Salah satunya yaitu literasi digital, digital marketing berikut pada gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Pengabdian

Tabel 1. Materi Pelatihan

No	Pernyataan
1	Pre-Test
2	Pengantar dan pengenalan bisnis online
3	Aplikasi social media marketing dan market place
4	Mencari dan menentukan ide bisnis online
5	Paktik 1 membuat toko online di social media marketing dan market place
6	Praktik 2 membuat content marketing
7	Post-test

Sebagai tolak ukur keberhasilan kegiatan seminar workshop literasi digital, digital marketing, maka perlu dirumuskan indikator dan target capaian yang harus dicapai oleh peserta sesuai Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Indikator Pencapaian dan Target Capaian

No	Indikator Pencapaian
1	Mengetahui Tentang Bisnis Online
2	Mengidentifikasi berbagai aplikasi social media marketing dan market place
3	Mencari dan menentukan jenis bisnis online
4	Mampu membuat toko online di social mediamarketing dan market place
5	Membuat content marketing

Ketercapaian tujuan dari kegiatan workshop kegiatan seminar workshop literasi digital, digital marketing ini dapat dilihat dari perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Oleh karena itu, pesertadiberikan kuesioner pre-test untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti kegiatan workshop dan kuesioner post-tes untuk mengetahui kemampuan peserta setelah mengikuti kegiatan workshop. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada peserta kegiatan workshop sesuai Tabel 3.

Tabel 3. Daftar Pertanyaan Kuesioner

No	Pernyataan
Pre-Test	
1	Apakah saudara mengetahui tentang bisnis online?
2	Apakah saudara mengetahui berbagai jenis Aplikasi social media marketing dan market place?
3	Apakah saudara sudah memiliki ide untuk bisnis online?
4	Apakah saudara mengetahui cara membuka toko online di media sosial dan market place?
5	Apakah saudara mengetahui bagaimana cara membuat dan menyiapkan content marketing yang menarik?
Post-Test	
1	Setelah mengikuti workshop ini apakah Saudara memahami online bisnis?
2	Setelah mengikuti workshop ini apakah Saudara saudara mengetahui berbagai jenis Aplikasi social media marketing dan market place?
3	Setelah mengikuti workshop ini apakah Saudara sudah dapat menentukan jenis produk untuk bisnis online?
4	Setelah mengikuti workshop ini apakah saudara mengetahui cara membuka toko online di media sosial dan market place?
5	Setelah mengikuti workshop ini apakah saudara mengetahui bagaimana cara membuat dan menyiapkan content marketing yang menarik?

Hasil jawaban dari kuesioner yang telah terkumpul kemudian data disajikan dalam bentuk diagram lingkaran untuk mendeskripsikan data pre-test dan posttest dan membandingkan kedua data tersebut. Berdasarkan hasil jawaban dapat diketahui tingkat keberhasilan kegiatan seminar workshop literasi digital, digital marketing ini melalui perubahan kemampuan yang terjadi pada peserta sebelum dan sesudah workshop, baik pengetahuan ataupun keterampilannya. Pelaksanaan kegiatan seminar workshop literasi digital, digital marketing dilaksanakan dalam dua tahap, yaitu pemberian materi dan tahap praktek langsung. Selanjutnya adalah tahap evaluasi dan pendampingan yang merupakan tahap terakhir dalam kegiatan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan workshop literasi digital dan digital marketing dalam meningkatkan ekonomi masyarakat dilakukan dalam bentuk pengenalan dan pelatihan bisnis online. Pelaksanaan kegiatan pada tanggal 15 Maret 2024 di Desa gadel Kec. Tukdana Kab. Indramayu yang berlangsung sesuai waktu yang telah ditargetkan yaitu selama tiga jam dari pukul 19.00-22.00 WIB. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan sebanyak 25 lebih orang yang seluruhnya dari perangkat desa RT/RW masyarakat, pemuda pemudi desa gadel.



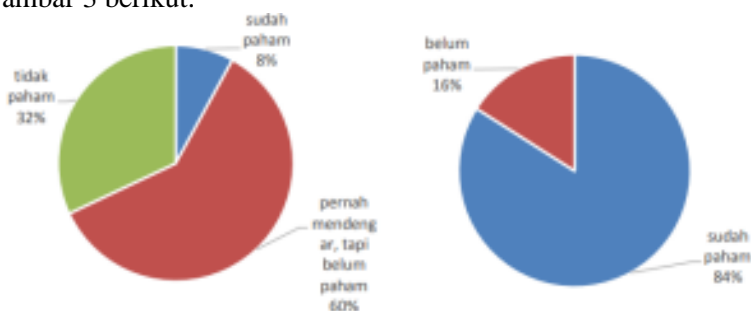
Gambar 3. Kegiatan Pemberian Materi Mengenai Bisnis Online

Kegiatan sesuai Gambar 2 dilaksanakan dalam dua tahap sekaligus. Pertama, berupa pemberian edukasi materi Tahap ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai online bisnis, peluang kerja online serta manfaat sarana media sosial dan e-commerce dalam meningkatkan keberdayaan ekonomi. Metode penyampaian dengan cara presentasi, diskusi dan tanya jawab. Pada tahap kedua, yaitu berupa praktek yang merupakan kegiatan pemberian petunjuk-petunjuk praktis dalam pembuatan dan penggunaan sarana digital untuk online bisnis.

Berdasarkan hasil pos-tes dan pre-tes dari jawaban kuesioner yang diberikan pada peserta didapatkan hasil sebagai berikut.

a. Pemahaman Terhadap Bisnis Online

Materi pertama yang dibahas dalam kegiatan Seminar workshop literasi digital, digital marketing yaitu tentang pengenalan bisnis online. Pada bagian ini peserta akan memperoleh pengertian literasi digital, konsep bisnis online, dan peluang-peluang dari bisnis online. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data sesuai Gambar 2 dan Gambar 3 berikut.



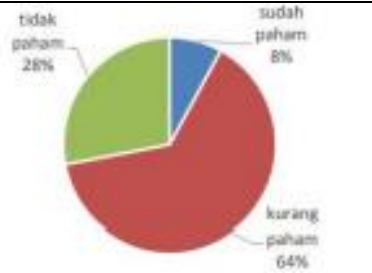
Gambar 2. Pemahaman terhadap bisnis online sebelum workshop

Gambar 3. Pemahaman terhadap bisnis online setelah workshop

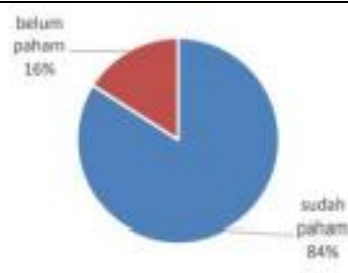
Berdasarkan Gambar 2 dan Gambar 3 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan pemahaman yang dimiliki peserta. Setelah kegiatan workshop, peserta lebih banyak yang memiliki pemahaman mengenai bisnis online. Penjelasan mengenai pengertian literasi digital dan konsep bisnis online sangat penting untuk disampaikan agar peserta dapat mengetahui dan memahami bahwa teknologi digital yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ekonomi mereka.

b. Identifikasi Aplikasi Social Media Marketing Dan Market Place

Materi selanjutnya adalah penjelasan mengenai berbagai jenis aplikasi social media marketing dan market place yang dapat digunakan untuk bisnis online. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data sebagai berikut.



Gambar 4. Pemahaman mengenai aplikasi *social media marketing* dan *market place* sebelum workshop

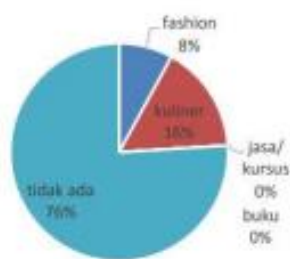


Gambar 5. Pemahaman mengenai aplikasi *social media marketing* dan *market place* setelah workshop

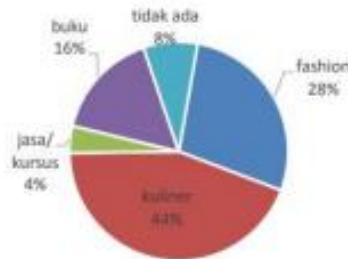
Berdasarkan Gambar 4 dan Gambar 5, pemahaman peserta mengenai berbagai aplikasi social media marketing dan market place semakin meningkat. Pada awalnya, banyak peserta yang belum memahami penggunaan media sosial sebagai sarana bisnis online. Setelah mendapat materi social media marketing dan market place peserta dapat mengidentifikasi dan memahami aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan untuk bisnis online. Sehingga media sosial tidak hanya digunakan untuk media berkomunikasi di dunia maya saja, melainkan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penghasilan melalui bisnis online.

c. Menentukan Ide Bisnis Online

Pada bagian ini peserta harus mencari dan menentukan ide bisnis online yang sesuai dengan passion sendiri. Narasumber menjelaskan berbagai bidang bisnis online yang paling mudah dan banyak diminati konsumen, seperti fashion, jasa/kursus, kuliner, dan menjual buku. Selain itu, ditampilkan juga beberapa contoh bisnis online yang sudah sukses dan memiliki keuntungan yang tinggi. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data sesuai Gambar 6 dan Gambar 7 berikut.



Gambar 6. Ide bisnis *online* sebelum workshop

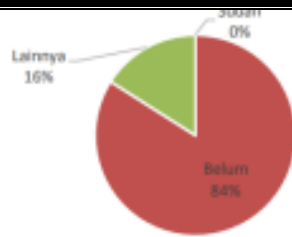


Gambar 7. Ide bisnis *online* setelah workshop

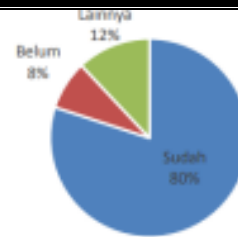
Berdasarkan Gambar 6 dan 7 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan motivasi peserta untuk memulai bisnis online. Setelah pelatihan didapatkan hampir setiap peserta sudah memiliki ide bisnis online sesuai passion yang dimilikinya untuk kemudian dijalankan dan dikembangkan.

d. Kemampuan Membuat Toko Online

Setelah pemberian materi untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman, selanjutnya adalah kegiatan praktek untuk membuat toko online yang akan digunakan sebagai sarana memasarkan produk-produk. Pada bagian metode yang digunakan berupa demonstrasi, dimana narasumber memberikan contoh terlebih dahulu yang kemudian dipraktikkan oleh peserta yang didampingi fasilitator. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data sesuai Gambar 8 dan Gambar 9 berikut :



Gambar 8. Kemampuan membuat toko online sebelum workshop

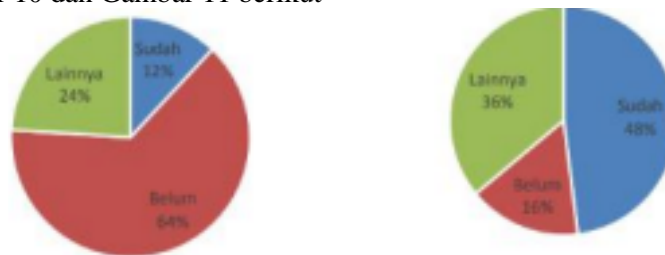


Gambar 9. Kemampuan membuat toko online setelah workshop

Pada Gambar 8 dan Gambar 9 diketahui bahwa setelah mengikuti kegiatan workshop peserta mampu membuat toko online sendiri di beberapamedia sosial dan market place. Kegiatan praktek ini dimulai dengan mengunduh aplikasi social media marketing dan marketplace, seperti WhatsApp Business, Instagram, Facebook, twiter dan Shopee. Kemudian membuatakun dan memilih nama toko serta profil yang menarik dan sesuai.

e. Membuat Content Marketing

Pada bagian ini dijelaskan cara menyiapkan dan membuat berbagai isi atau konten yang baik dan menarik. Kemampuan ini sangat diperlukan untuk dapat menarik perhatian para konsumen agar berkunjung ke toko online milik kita dan membeli produk-produk yang ada di dalamnya. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data Gambar 10 dan Gambar 11 berikut



Gambar 10. Kemampuan Membuat Conten Marketing Sebelum Workshop dan Sesudah Workshop

Berdasarkan Gambar 10 dan Gambar 11 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam menyiapkan isi atau konten yang akan dipasarkan, mulai dari foto produk, caption yang menarik, dan video- video marketing yang bertujuan untuk menarik minat para konsumen.



Gambar 11. Memberikan Pra-Test dan Post-Test

Tahap akhir pada kegiatan workshop adalah evaluasi pendampingan. Pada tahap ini dilakukan pendampingan bagi masyarakat dalam penggunaan media sosial untuk dapat berinteraksi ekonomi. Pendampingan merupakan tindak lanjut yang dilakukan setelah pelaksanaan workshop digital literasi. Pendampingan dilakukan oleh ahli dan praktisi pendidikan yang fokus pada permasalahan literasi digital. Pendampingan dilakukan dengan cara offline dengan bertatap muka langsung dan juga melalui cara online

yaitu dengan memanfaatkan grup whatsapp sebagai media komunikasi. Ada dua kegiatan dalam pendampingan ini, seperti sharing session dan konsultasi bagi masyarakat.

V. KESIMPULAN

Kegiatan Workshop literasi digital, digital marketing untuk meningkatkan pemahaman warga di desa gadel yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan pemahaman mengenai literasi digital dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, yaitu peningkatan kemampuan berwirausaha. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebanyak 76% mengenai bisnis online, peserta termotivasi untuk berwirausaha, serta peserta memiliki kemampuan untuk membuka toko online di beberapa media sosial dan market place. Melalui pemanfaatan teknologi digital yang sudah dimiliki, sekarang masyarakat mampu memulai usaha melalui bisnis online yang dapat dijadikan sumber penghasilan lain. Oleh sebab itu, sebagai saran untuk kedepannya bahwa kegiatan yang sama perlu dikembangkan dengan jumlah peserta yang lebih banyak, serta penambahan materi mengenai manajemen dan strategi online bisnis lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada LP2MI Universitas Majalengka yang memberikan dana Pengabdian tahun 2023/2024 Genap.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N. C., & Krismayani, I. (2019). Kemampuan Literasi Digital Mahasiswa S1 Angkatan 2018 Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(3), 94–107.
- Andina, E. (2019). Kajian Singkat terhadap Isu Aktual dan Strategis Majalah Pentingnya Literasi bagi Peningkatan Kualitas Pemuda. *Majalah Info Singkat Kesejahteraan Sosial*, 9(21), 9–12. www.puslit.dpr.go.id
- Angraini, O., & Supriyanto, S. (2019). Literasi Digital. *Seminar Dan Lokakarya Kualitatif Indonesia*, 117–126.
- Anwar. (2007). Manajemen pemberdayaan perempuan: perubahan sosial melalui pembelajaran vocational skills pada keluarga nelayan. *Alfabeta*.
- APJII. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/>
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007083>
- Burcori, A. (2018). Pentingnya Literasi Digital Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Sosialisasi Pembangunan Melalui Media Sosial. *OMNICOM Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–6. Depdikbud. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Kaplan, A. M. (2015). Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media. *JMM International Journal on Media Management*, 17(4), 197–199. <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1120014>
- Karwati, L. (2017). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Woman Empowerment Through Entrepreneurs Training. *Jurnal Ilmiah Visi PGTK PAUD Dan DIKMAS*, 12(1), 45–52.
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2017). Peta Gerakan Literasi Digital Di Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran Dan Mitra Yang Dilakukan Oleh Japelidi. *Informasi*, 47(2), 149. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.16079>
- Rufaidah, E. (2017). Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Koperasi Unit Desa Berbasis Usaha Terbimbing. *AKADEMIKA: Jurnal Pemikiran Islam*, 22(2), 361. <https://doi.org/10.32332/akademika.v22i2.824>
- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1200. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.333>
- Suryanti, & Wijayanti, L. (2018). Literasi Digital: Kompetensi Mendesak Pendidik di Era Revolusi Industri 4.0. *Edustream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(1), 1–9.