

Rohaeti¹, Solihati², Mohamad Fauzan Azima³, Nurlelah⁴
Prodi Ilmu Keperawatan, Universitas Yatsi Madani
Rohaety2@gmail.com

Abstrak

Teknologi digital menawarkan peluang besar bagi pengembangan bisnis di wilayah pedesaan. Studi ini menyoroti Desa Karet, Kecamatan Sepatan, Kabupaten Tangerang, sebagai contoh desa yang berpotensi mengadopsi bisnis digital. Melalui program pengabdian masyarakat, diadakan pelatihan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta memiliki pengetahuan yang terbatas tentang penggunaan teknologi digital dalam bisnis. Setelah pelatihan, lebih dari 90% peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dalam memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial untuk usaha mereka. Bimbingan juga diberikan dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Meskipun terdapat tantangan, seperti akses internet yang terbatas, hasilnya menunjukkan dampak positif terhadap keterampilan digital masyarakat desa. Program ini menunjukkan pentingnya pelatihan berbasis teknologi dan peningkatan infrastruktur untuk mendukung transformasi ekonomi pedesaan melalui bisnis digital.

Kata Kunci : Literasi Digital, Pengembangan Bisni Desa, *E-Commerce*

Abstact

Digital technology offers great opportunities for business development in rural areas. This study highlights Karet Village, Sepatan Sub-district, Tangerang District, as an example of a village that has the potential to adopt digital business. Through a community service programme, training was conducted to improve the community's digital literacy. Prior to the training, the majority of participants had limited knowledge on the use of digital technology in business. After the training, more than 90% of the participants showed improved understanding in utilising e-commerce platforms and social media for their businesses. Guidance was also provided in developing more effective digital marketing strategies. Despite challenges, such as limited internet access, the results showed a positive impact on the digital skills of the villagers. This programme demonstrates the importance of technology-based training and infrastructure improvements to support rural economic transformation through digital businesses.

Keywords: Digital Literacy, Rural Business Development, E-Commece. pelestarian lingkungan.

A. PENDAHULUAN

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk dalam dunia bisnis. Di Indonesia, dengan mayoritas penduduk tinggal di daerah pedesaan, bisnis digital menawarkan potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah-wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh pasar tradisional (Fahmi & Savira, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Juwita & Handayani (2022), menunjukkan bahwa digitalisasi di sektor bisnis telah memberikan peluang yang lebih luas bagi pengusaha lokal di desa untuk memasarkan produk mereka ke tingkat nasional dan internasional. Selain itu, Correa & Pavez (2016), menekankan bahwa dengan memanfaatkan platform digital, masyarakat desa dapat mengatasi keterbatasan geografis dan infrastruktur yang sering kali menjadi hambatan dalam pengembangan usaha.

Bertemali dengan pernyataan tersebut, Tu et al. (2024) menyatakan bahwa pembangunan ekonomi berbasis teknologi digital juga memainkan peran penting dalam mengurangi kesenjangan ekonomi antara kota dan desa. Selain itu, penerapan teknologi digital dapat mempercepat akses terhadap pasar, informasi, dan teknologi, sehingga memungkinkan masyarakat pedesaan untuk bersaing di pasar global (Zhang et al., 2023).

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di pedesaan melalui platform *e-commerce* juga telah terbukti meningkatkan pendapatan masyarakat secara signifikan.

Dalam konteks global, pengembangan bisnis digital di daerah pedesaan bukan hanya isu lokal di Indonesia, tetapi merupakan tren yang berkembang di berbagai negara berkembang. Penelitian oleh Rolandi et al. (2021) menunjukkan bahwa di India, digitalisasi di sektor pertanian dan industri kreatif di desa telah membantu menciptakan akses pasar yang lebih luas serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Temuan serupa juga disampaikan ditemukan oleh (Ren et al., 2024) dalam penelitiannya di negara-negara Asia Tenggara, di mana transformasi digital di daerah pedesaan telah mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap pekerjaan agraris tradisional dan mendorong diversifikasi ekonomi desa.

Desa Karet, Kecamatan Sepatan, Kabupaten Tangerang, adalah salah satu contoh desa yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan bisnis digital. Potensi ini didukung oleh infrastruktur teknologi yang mulai berkembang di wilayah tersebut, serta keterlibatan masyarakat dalam aktivitas ekonomi lokal yang dapat dioptimalkan melalui platform digital. Wibowo (2020), menemukan bahwa desa-desa yang mengadopsi teknologi digital dalam

menjalankan bisnis lokal berhasil meningkatkan pendapatan mereka hingga 40% dalam waktu dua tahun. Sementara itu, Sofyan et al. (2023) mengungkapkan bahwa di wilayah Banten, pengembangan ekonomi berbasis digital sangat potensial dalam mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat desa melalui usaha yang terintegrasi dengan platform teknologi.

Menurut Salemin et al. (2017), tantangan utama dalam memperkenalkan bisnis digital di pedesaan adalah rendahnya literasi digital dan terbatasnya akses terhadap infrastruktur teknologi. Oleh karena itu pendidikan dan pelatihan menjadi kunci untuk meningkatkan pemahaman masyarakat desa tentang peluang bisnis digital (Yu et al., 2024). Program pelatihan teknologi pemerintah, seperti program desa digital, telah terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital masyarakat. Selain itu, kerjasama antara sektor publik dan swasta diperlukan untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang inklusif, terutama di wilayah yang terpinggirkan (WEF, 2023). Dengan adanya digitalisasi di berbagai sektor, diharapkan masyarakat Desa Karet mampu membangun usaha dari desa yang mampu bersaing di pasar global.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Karet, Kecamatan

Sepatan, Kabupaten Tangerang, Banten, pada Agustus 2023. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan masyarakat desa pada konsep bisnis digital dan cara memanfaatkannya untuk membangun usaha lokal yang dapat bersaing di pasar global. Tahapan awal kegiatan ini melibatkan persiapan yang matang, termasuk perizinan lokasi yang diperoleh melalui kerja sama dengan perangkat desa dan pemerintah lokal. Menurut Suhendra et al. (2024), peran aktif pemerintah desa dalam kegiatan pengabdian masyarakat sangat penting untuk memfasilitasi kegiatan yang bersifat edukatif. Selain itu, studi pendahuluan dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat literasi digital masyarakat desa melalui kuesioner. Hal ini penting dilakukan karena pemahaman awal masyarakat terhadap teknologi digital memengaruhi efektivitas program pengabdian (Izzalqurny et al., 2024; Prayudi et al., 2024).

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini menggunakan metode edukasi interaktif dan pendampingan langsung, yang terdiri dari beberapa tahapan. **Pertama**, pelatihan bisnis digital dilakukan melalui sesi penyuluhan dan lokakarya yang berlangsung selama dua hari. Materi yang disampaikan mencakup dasar-dasar bisnis digital, termasuk pemanfaatan platform digital seperti *e-commerce* dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Penelitian Fahmi & Savira (2023), menunjukkan bahwa masyarakat pedesaan

yang memiliki akses terhadap pelatihan teknologi digital mengalami peningkatan signifikan dalam pengembangan usaha mereka. Praktik langsung juga dilakukan, di mana peserta diajarkan cara membuat akun bisnis online, yang memungkinkan mereka untuk mulai menjalankan usaha digital mereka sendiri.

Tahapan kedua dalam kegiatan ini adalah konseling dan pendampingan. Setiap peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi mengenai strategi pemasaran digital yang sesuai dengan usaha mereka. Menurut Li et al. (2019), bimbingan teknis secara individual membantu masyarakat lebih memahami tantangan dan peluang dalam menjalankan bisnis berbasis teknologi. Konseling ini sangat penting karena banyak pelaku usaha di desa yang belum terbiasa dengan konsep digital marketing, sehingga memerlukan panduan khusus agar dapat memanfaatkannya secara efektif. Pada tahap ini, tim pengabdian juga membantu peserta dalam membuat konten digital yang menarik dan cara berinteraksi dengan konsumen secara online, seperti yang direkomendasikan oleh (Hadi & Khairi (2020) dalam penelitiannya terkait pemasaran digital di daerah pedesaan.

Tahapan ketiga adalah evaluasi dan monitoring. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta mengenai bisnis digital sebelum dan sesudah pelatihan. Metode ini

telah terbukti efektif dalam menilai perubahan keterampilan peserta dalam penelitian yang dilakukan oleh Remane et al. (2017), di mana pre-test dan post-test mampu memberikan gambaran yang jelas tentang efektivitas pelatihan. Selain itu, dilakukan pengamatan langsung terhadap partisipasi dan keterlibatan peserta selama kegiatan pelatihan. Indikator keberhasilan dilihat dari seberapa jauh peserta mampu menerapkan keterampilan baru mereka dalam bisnis digital, seperti yang dijelaskan oleh Bican & Brem (2020), bahwa monitoring pasca-pelatihan membantu memastikan kelangsungan hasil pengabdian masyarakat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Karet menghasilkan beberapa temuan penting yang berkaitan dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk usaha mereka. Sebelum kegiatan dimulai, dilakukan pre-test untuk mengukur tingkat pengetahuan peserta tentang bisnis digital. Hasil pre-test menunjukkan bahwa 80% peserta memiliki pemahaman yang sangat terbatas mengenai penggunaan teknologi digital dalam bisnis. Kondisi ini sejalan dengan penelitian oleh Nasution (2016), yang menyebutkan bahwa literasi digital di daerah pedesaan cenderung masih rendah, sehingga memerlukan program

pelatihan yang komprehensif untuk mengatasi kesenjangan teknologi.

Setelah pelaksanaan pelatihan, hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta. Lebih dari 90% peserta mampu menjawab dengan benar pertanyaan terkait penggunaan platform *e-commerce* dan media sosial untuk bisnis. Ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil memberikan dampak positif terhadap pengetahuan masyarakat tentang bisnis digital. Temuan ini konsisten dengan studi oleh Babashahi et al. (2024), yang menyatakan bahwa pelatihan intensif yang berbasis teknologi dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha berbasis digital. Selain itu, sebagian besar peserta juga mulai mencoba membuat akun di platform *e-commerce* yang diperkenalkan selama pelatihan, yang menunjukkan minat dan keseriusan mereka dalam mengadopsi teknologi digital.

Konseling individual dan pendampingan teknis yang dilakukan juga memberikan dampak positif. Selama sesi konseling, peserta mendapatkan bimbingan khusus tentang strategi pemasaran yang efektif dan cara meningkatkan daya tarik produk melalui platform digital. Hasil pengamatan langsung menunjukkan bahwa peserta mulai mampu membuat konten digital yang menarik untuk produk mereka, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif. Monda et al.

(2023), menggarisbawahi pentingnya konseling teknis dalam membantu pelaku usaha di pedesaan untuk memahami lebih dalam bagaimana teknologi digital dapat diterapkan dalam konteks usaha mereka. Sebagai contoh, beberapa peserta yang sebelumnya hanya mengandalkan metode penjualan tradisional mulai mengadopsi strategi pemasaran *online* dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*.

Kendati hasil pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan, beberapa tantangan tetap dihadapi oleh peserta dalam penerapan teknologi digital. Beberapa peserta melaporkan keterbatasan dalam mengakses internet yang stabil, terutama di area pedesaan yang jauh dari pusat kota. Chaffey et al. (2019) menunjukkan bahwa akses terhadap infrastruktur digital yang memadai, seperti internet yang cepat dan stabil, merupakan salah satu tantangan terbesar yang dihadapi masyarakat desa dalam mengembangkan bisnis digital. Selain itu, meskipun peserta menunjukkan minat yang tinggi, tingkat literasi teknologi yang rendah menjadi hambatan dalam memahami konsep-konsep teknis yang lebih kompleks, seperti pengelolaan toko online dan optimasi mesin pencari (SEO).

Berdasarkan evaluasi keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan dasar peserta dalam

Artikel JPN

Citra Sari Nasrianti, Agnia Nurul Hikmah, Pundra Dara Avindharin

memanfaatkan bisnis digital. Peningkatan yang paling signifikan terlihat pada aspek pemanfaatan platform *e-commerce* dan media sosial untuk pemasaran, yang memungkinkan produk-produk desa untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Wang et al. (2023) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa pengembangan kemampuan digital di pedesaan dapat membantu pelaku usaha mengoptimalkan potensi produk lokal untuk bersaing di pasar global. Selain itu, pendampingan yang diberikan selama kegiatan ini membantu mengatasi beberapa hambatan awal yang dihadapi peserta dalam memulai usaha digital mereka.

D. PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Karet berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsep dan penerapan bisnis digital. Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta dapat lebih memahami pentingnya teknologi digital dalam memperluas jangkauan pasar usaha lokal. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial untuk kegiatan bisnis. Meski terdapat tantangan seperti akses internet yang terbatas dan rendahnya literasi digital, program ini telah memberikan dasar yang kuat bagi masyarakat desa untuk mulai terlibat dalam bisnis digital.

Untuk memastikan keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari kegiatan ini, diperlukan pelatihan lanjutan dan peningkatan infrastruktur digital di wilayah pedesaan. Pemerintah setempat bersama dengan penyedia layanan internet diharapkan dapat mendukung pengembangan infrastruktur yang memadai, terutama untuk memastikan akses internet yang lebih baik di desa. Selain itu, program edukasi tambahan mengenai teknologi digital juga perlu dilakukan secara berkala untuk membantu masyarakat mengatasi tantangan literasi digital dan mengembangkan keterampilan mereka dalam mengelola usaha digital secara mandiri.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Babashahi, L., Barbosa, C. E., Lima, Y., Lyra, A., Salazar, H., Argôlo, M., Almeida, M. A., & Souza, J. M. (2024). AI in the Workplace: A Systematic Review of Skill Transformation in the Industry. In *Administrative Sciences* (Vol. 14, Issue 6).
<https://doi.org/10.3390/admsci14060127>
- Beer, P., & Mulder, R. H. (2020). The Effects of Technological Developments on Work and Their Implications for Continuous Vocational Education and Training: A Systematic Review. *Frontiers in Psychology*, 11.
<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2020.00918>
- Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital business model, digital transformation, digital entrepreneurship: Is there a sustainable “digital”? *Sustainability*, 12(13), 5239.
- Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., &

- Hemphill, T. (2019). *Digital business and e-commerce management*. Pearson Uk.
- Correa, T., & Pavez, I. (2016). Digital Inclusion in Rural Areas: A Qualitative Exploration of Challenges Faced by People From Isolated Communities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(3), 247–263. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12154>
- Fahmi, F. Z., & Savira, M. (2023). Digitalization and rural entrepreneurial attitude in Indonesia: a capability approach. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(2), 454–478. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2021-0082>
- Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127–132.
- Izzalqurny, T. R., Darma Sanputra, A. H., Sulistyorini, A., & Ferdiansyah, R. A. (2024). Peningkatan Kapasitas UMKM di Desa Pait Kasembon melalui Pelatihan Digital Marketing . *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1 SE-), 314–320. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4041>
- Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249–255.
- Juwita, O., Ali, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R. (2022). Studi Literatur Platform Digital Sebagai Sarana Dalam Mengembangkan UMKM. *INFORMAL: Informatics Journal*, 7(1), 59–63.
- Li, Y., Huang, J., & Song, T. (2019). Examining business value of customer relationship management systems: IT usage and two-stage model perspectives. *Information & Management*, 56(3), 392–402.
- Monda, A., Feola, R., Parente, R., Vesci, M., & Botti, A. (2023). Rural development and digital technologies: a collaborative framework for policy-making. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 17(3), 328–343. <https://doi.org/10.1108/TG-12-2022-0162>
- Nasution, R. D. (2016). Pengaruh kesenjangan digital terhadap pembangunan pedesaan (rural development). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 20(1), 31–44.
- Prayudi, D., Rois, T., & Arraniri, I. (2024). Go Digital Menuju Desa Cerdas : Pelatihan Dan Pendampingan Desa Binaan Babatan Kec. Kadugede - Kab. Kuningan. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 5(2 SE-Articles), 306–312. <https://doi.org/10.37385/ceej.v5i2.5589>
- Remane, G., Hanelt, A., Nickerson, R. C., & Kolbe, L. M. (2017). Discovering digital business models in traditional industries. *Journal of Business Strategy*, 38(2), 41–51.
- Ren, J., Chen, X., Shi, L., Liu, P., & Tan, Z. (2024). Digital Village Construction: A Multi-Level Governance Approach to Enhance Agroecological Efficiency. In *Agriculture* (Vol. 14, Issue 3). <https://doi.org/10.3390/agriculture14030478>
- Rolandi, S., Brunori, G., Bacco, M., & Scotti, I. (2021). The Digitalization of Agriculture and Rural Areas: Towards a Taxonomy of the Impacts. In *Sustainability* (Vol. 13, Issue 9). <https://doi.org/10.3390/su13095172>
- Salemink, K., Strijker, D., & Bosworth, G. (2017). Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption, and use in rural areas. *Journal of Rural Studies*, 54, 360–371.
- Sofyan, M. H. P., Maula, K. I., Aliyah, N., Damanhuri, R., Pangestuti, R. S., & Khatimah, H. (2023). Sosialisasi

- Pentingnya Pengembangan UMKM di Dusun Babakan Banten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 236–246.
- Suhendra, A., Susanto, P. C., Barus, G. A., Setiadi, B., Sidjabat, S., Triana, N. N., Tannady, H., Marlita, D., Damayanti, N., & Suhara, A. (2024). *KEPEMIMPINAN KORPORASI Strategi dan Implementasi di Era Modern*. Penerbit Widina.
- Tu, Z., Kong, J., Sun, L., & Liu, B. (2024). Can the Digital Economy Reduce the Rural-Urban Income Gap? In *Sustainability* (Vol. 16, Issue 2). <https://doi.org/10.3390/su16020938>
- Wang, X., Huang, Y., Zhao, Y., & Feng, J. (2023). Digital Revolution and Employment Choice of Rural Labor Force: Evidence from the Perspective of Digital Skills. In *Agriculture* (Vol. 13, Issue 6). <https://doi.org/10.3390/agriculture13061260>
- WEF. (2023). *Digital Transition Framework: An action plan for public-private collaboration*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/digital-transition-framework-an-action-plan-for-public-private-collaboration/>
- Wibawa, G., Sumaryana, F. D., & Firohmatillah, A. R. (2024). Pengabdian Masyarakat Melalui Pelatihan Marketing Berbasis Digitalisasi Bagi Para Pelaku Umkm Di Desa Cilembu Dan Desa Cigendel. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1670–1676.
- Wibowo, E. T. (2020). Pembangunan Ekonomi Pertanian Digital Dalam Mendukung Ketahanan Pangan (Studi di Kabupaten Sleman: Dinas Pertanian, Pangan, dan Perikanan, Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(2), 204–228.
- Yu, Y., Appiah, D., Zulu, B., & Adu-Poku, K. A. (2024). Integrating Rural Development, Education, and Management: Challenges and Strategies. In *Sustainability* (Vol. 16, Issue 15). <https://doi.org/10.3390/su16156474>
- Yunianto, M., Anwar, F., Suparmi, S., Cari, C., Suharyana, S., & Darmanto, D. (2023). Inisiasi dan Pengembangan Ruang Komunitas Digital Desa di Desa Wonorejo sebagai upaya mewujudkan Desa Mandiri berbasis Digital. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 12(2), 216–221.
- Zhang, B., Dong, W., Yao, J., & Cheng, X. (2023). Digital Economy, Factor Allocation Efficiency of Dual-Economy and Urban-Rural Income Gap. In *Sustainability* (Vol. 15, Issue 18). <https://doi.org/10.3390/su151813514>