

Pelatihan Literasi Digital dan Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Kewirausahaan Umkm di SDN 5 Jatimurni

(Digital Literacy Training and Social Media Utilization to Improve MSME Entrepreneurship at SDN 5 Jatimurni)

Hani Putri Monalika^{1*}

Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia^{1*}

hani.putri.monalika@dosen.undira.ac.id^{1*}



Riwayat Artikel:

Diterima pada 11 Desember 2025
Revisi 1 pada 17 Desember 2025
Revisi 2 pada 27 Desember 2025
Revisi 3 pada 12 Februari 2026
Disetujui pada 09 Januari 2026

Abstract

Purpose: This Community Service Activity aims to improve the digital literacy skills and social media utilization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) around SDN 5 Jatimurni to enhance their entrepreneurial capacity and competitiveness

Methodology: This activity employed a blended learning approach, combining direct workshops at SDN 5 Jatimurni with online sessions via Google Meet and Google Classroom. Materials covered digital literacy fundamentals, social media marketing strategies, and e-commerce platform utilization.

Results: Participants demonstrated significant improvements in understanding digital tools for business, including social media management, content creation, and basic e-commerce operations. Pre-test and post-test analysis revealed a statistically significant increase in participants' digital literacy and entrepreneurship skills.

Conclusions: The PKM program "Digital Literacy Training and Social Media Utilization to Enhance MSME Entrepreneurship at SDN 5 Jatimurni" effectively improved participants' digital skills and confidence in managing their businesses. Significant gains were observed in digital literacy and social media abilities (paired t-test, $p < 0.05$). Participants can now create promotional content, manage social media professionally, and utilize e-commerce platforms to expand market reach. This program demonstrates the value of ongoing digital literacy initiatives in empowering MSMEs and supporting sustainable entrepreneurship development.

Limitations: Challenges encountered included varying levels of participants' initial digital proficiency and limited internet connectivity, which occasionally disrupted online sessions

Contributions: This initiative contributes to the fields of digital education, entrepreneurship, and community empowerment, offering an effective model for enhancing MSME competencies through technology-based training.

Keywords: *Blended Learning, Digital Literacy, Entrepreneurship, MSME, Social Media*

How to Cite: Monalika, H. P. (2026). Pelatihan Literasi Digital dan Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Kewirausahaan Umkm di SDN 5 Jatimurni. *Jurnal Pemberdayaan Umat*, 5(1) 45-53

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap ekonomi global secara fundamental, tidak terkecuali di Indonesia. Era digital membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat menjalankan aktivitas ekonomi dan bisnis

([Kekeocha, Oliseh, Anagwu, & Nwanya, 2026](#)). Ekonomi digital Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, dengan nilai transaksi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Fenomena ini menciptakan peluang besar bagi pengembangan kewirausahaan berbasis teknologi digital yang dapat menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional ([Setiyarini, Rosdyanti, & Sari, 2026](#)).

Kegiatan berwirausaha memainkan posisi penting dalam menstimulasi pertumbuhan ekonomi suatu negara, kaitannya melalui penciptaan lapangan pekerjaan bagi individu, mengembangkan inovasi dan juga kreasi usaha ([Sari & Subroto, 2023](#)). Era digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia usaha dan kewirausahaan. Dalam konteks global, transformasi digital menjadi salah satu pilar utama dalam mencapai tujuan Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan kedelapan yang berkaitan dengan pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Di Indonesia, percepatan transformasi digital turut didorong oleh pemerintah melalui berbagai program pemberdayaan ekonomi digital, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Bahwasanya UMKM sangat berpengaruh bahkan menjadi tulang punggung bagi ekonomi Indonesia, mulai dari menciptakan lapangan kerja hingga berkontribusi dalam menghasilkan produk ekspor. Meskipun terdapat hambatan seperti sulitnya akses pembiayaan, digitalisasi, regulasi, dan inovasi produk UMKM, pemerintah berupaya melakukan program pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), melakukan inkubasi bisnis, mendorong penggunaan teknologi digital, dan memberikan pendampingan bisnis ([Lestari et al., 2024](#)). Namun demikian, banyak juga pelaku UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam hal adopsi teknologi digital, khususnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran dan perluasan pasar. Rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama bagi pelaku UMKM untuk bersaing di era ekonomi digital. Di era digitalisasi saat ini, para pelaku UMKM dituntut untuk memiliki keterampilan yang memadai agar mampu bertahan dan bersaing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Keterampilan yang diperlukan pun tidak terbatas pada pemahaman penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk semata. Hadirnya berbagai aplikasi pendukung pemasaran mendorong para pelaku UMKM untuk tidak hanya menguasai teknologi, tetapi juga mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam menjalankan kegiatan usahanya ([Siregar et al., 2024](#)).

Literasi merupakan kemampuan berbahasa seseorang (mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis) untuk berkomunikasi dengan cara yang berbeda-beda tergantung tujuan yang ingin dicapai ([Benediktus, 2024](#)). Menurut [Filia, Rodiah, and Samsiah \(2024\)](#) literasi digital merupakan kemampuan seseorang untuk membaca dan menafsirkan informasi dan data didunia digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks. Literasi digital juga merupakan kemampuan untuk memahami informasi berbasis komputer, tidak hanya keterampilan teknis, tetapi juga melibatkan kecakapan penggunaan teknologi, berpikir kritis, dan berdaya cipta di dunia digital *United Nations Organization* (UNESCO). Dalam konteks dunia kewirausahaan, dengan adanya literasi digital, individu dapat lebih mudah menemukan peluang bisnis, mengelola basis data pelanggan, melakukan promosi secara daring, dan memperluas hubungan kerja sama melalui platform digital.

Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam mengoperasikan perangkat digital, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap konten digital, komunikasi digital, dan keamanan digital. Literasi digital secara sederhana diartikan sebagai kecakapan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai tipe format sumber-sumber informasi yang lebih luas, dan mampu ditampilkan melalui perangkat computer ([Fatimah, Askandar, & Mustapita, 2025](#)). Program sosialisasi ini memperkenalkan empat elemen kunci literasi digital yang dirancang untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan peserta, yakni pengelolaan media sosial, pemanfaatan platform e-commerce, analisis data, serta pemasaran berbasis digital. Keempat elemen tersebut berperan ganda: di satu sisi membantu pelaku usaha menjalankan operasional bisnis secara lebih efektif, di sisi lain membuka cakrawala baru dalam strategi pemasaran dan pengambilan keputusan yang didukung oleh data ([Banjarnahor & Sari, 2023](#)).

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, serta berinteraksi dengan konten dan terhubung satu sama lain melalui internet. Seperti Instagram, Facebook,

TikTok, dan WhatsApp Business telah menjadi alat pemasaran yang efektif dan terjangkau bagi pelaku UMKM. Media sosial dianggap sebagai platform yang paling ampuh untuk berperan sebagai media promosi maupun media informasi ([Sofyan & Arfian, 2023](#)). Penggunaan media sosial juga merupakan salah satu cakupan dari literasi digital yang saat ini banyak di gunakan oleh kalangan remaja ([Paramitasari, Emilia, Yusendra, & Asnusa, 2024](#)). Sehingga Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia ([Wisnubroto, 2025](#)). UMKM yang aktif memanfaatkan media sosial memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang tidak memanfaatkan platform digital. Namun, tanpa pelatihan yang memadai, banyak pelaku UMKM tidak mampu memaksimalkan potensi media sosial untuk mengembangkan usaha mereka. Media social juga merupakan tempat dimana jaringan informasi dan peluang bisnis dapat bermunculan kapan saja dan dimana saja, dimana seseorang dapat menemukan informasi yang relevan ([Aji, Siregar, & Ritonga, 2025](#)). Studi kasus “Si Menul Tahu Bakso Khas Ngawi” menggambarkan bagaimana penggunaan media sosial yang strategis dapat secara signifikan meningkatkan penjualan dan pertumbuhan kewirausahaan ([Khairani, Adiva, Hutabarat, & Simorangkir, 2025](#)). Oleh karena itu, program pelatihan dan pendampingan begitu penting untuk memberdayakan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan media sosial untuk pengembangan kewirausahaan. Media sosial berfungsi sebagai platform strategis guna mendukung kegiatan kewirausahaan yang berkelanjutan dan pertumbuhan bisnis di lanskap digital saat ini ([Khairani et al., 2025](#)).

SDN 5 Jatimurni yang berlokasi di Kecamatan Pondok Melati, Kota Bekasi, merupakan salah satu sekolah dasar negeri yang berada di lingkungan dengan banyak pelaku UMKM, seperti pedagang makanan, pengrajin, dan pelaku usaha kecil lainnya. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh tim PKM, sebagian besar orang tua siswa dan masyarakat sekitar SDN 5 Jatimurni merupakan pelaku UMKM yang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka ([Musfirah & Jumain, 2026](#)). Kondisi ini mendorong tim PKM dari Universitas Dian Nusantara untuk melaksanakan kegiatan pelatihan literasi digital dan pemanfaatan media sosial guna meningkatkan kapasitas kewirausahaan para pelaku UMKM di sekitar SDN 5 Jatimurni ([Damayanti, Hamidah, & Titisari, 2026](#)).

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital yang efektif. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi informasi, dan menciptakan konten, yang semuanya dapat digunakan untuk kegiatan berwirausaha ([Nnanna-Ohuonu, Chikwesiri, Okudo, & Chinwe, 2026](#)). Dengan demikian, para pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha mereka, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar SDN 5 Jatimurni. Oleh karena itu, program pelatihan dan pendampingan sangat penting untuk memberdayakan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan media sosial untuk pengembangan kewirausahaan. Media sosial berfungsi sebagai platform strategis untuk mendukung kegiatan kewirausahaan yang berkelanjutan dan pertumbuhan bisnis di lanskap digital saat ini ([Khairani et al., 2025](#)).

Meskipun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah menunjukkan eksistensi nya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal, dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha ([Monalika, Septiyanti, & Sudrajat, 2022](#)). Keterbatasan ini berpotensi menghambat daya saing UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan dengan pelaku usaha lain yang sudah lebih melek digital. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan pelatihan yang sistematis untuk meningkatkan kapasitas UMKM di sekitar SDN 5 Jatimurni dalam hal literasi digital dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pengembangan usaha. Dan pada akhirnya, program ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan UMKM lokal, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan keberlanjutan usaha di era ekonomi digital. Di sisi lain, agar UMKM dapat bersaing, naik kelas, dan keberlanjutan usahanya dapat mengurangi pengangguran ([Khotmi, Hikmah, Fauzi, & Astini, 2024](#)).

2. Metodologi

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan literasi digital dan pemanfaatan media sosial bagi pelaku UMKM di sekitar SDN 5 Jatimurni, Kota Bekasi. Kegiatan ini menggunakan pendekatan Blended Learning yang memadukan sesi tatap muka langsung di lokasi SDN 5 Jatimurni dengan sesi daring melalui platform Google Meet dan Google Classroom. Kegiatan PKM dilaksanakan dalam beberapa tahap, yaitu: (1) persiapan dan perencanaan, (2) pelaksanaan pelatihan, (3) evaluasi dan monitoring, serta (4) penyusunan laporan akhir. Peserta kegiatan ini adalah pelaku UMKM di sekitar SDN 5 Jatimurni yang meliputi orang tua siswa, warga sekitar sekolah, serta mitra usaha kecil yang berdomisili di Kecamatan Pondok Melati. Total peserta yang terdaftar dalam kegiatan ini berjumlah 45 orang yang terdiri dari berbagai jenis usaha, antara lain pedagang makanan dan minuman, pengrajin kerajinan tangan, pelaku usaha fashion, dan penyedia jasa. Peserta dipilih berdasarkan kriteria bahwa mereka adalah pelaku UMKM aktif yang belum memiliki pengetahuan memadai dalam pemanfaatan media sosial untuk usaha ([Anggadwita & Mustafid, 2014](#)).

Materi pelatihan mencakup empat topik utama, yaitu: (1) dasar-dasar literasi digital dan keamanan digital, (2) strategi pemasaran melalui media sosial (Instagram, Facebook, dan TikTok), (3) pembuatan konten digital yang menarik untuk promosi produk, serta (4) pemanfaatan platform e-commerce dan WhatsApp Business untuk meningkatkan penjualan ([Felix, Rauschnabel, & Hinsch, 2017](#)). Setiap sesi pelatihan dirancang secara interaktif dengan memadukan pemaparan materi, demonstrasi langsung, serta praktik mandiri oleh peserta ([Oktaviani & Rustandi, 2018](#)).

Metode evaluasi yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi analisis perbandingan skor pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital peserta ([Budiastuti & Bandur, 2018](#)). Pre-test diberikan sebelum pelatihan dimulai untuk mengetahui tingkat kemampuan awal peserta, sedangkan post-test dilakukan setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai untuk mengukur peningkatan yang telah dicapai. Uji normalitas menggunakan uji Shapiro-Wilk dilakukan untuk memastikan distribusi data sebelum melanjutkan ke uji statistik parametrik. Jika data berdistribusi normal, uji paired sample t-test digunakan untuk menguji signifikansi perbedaan antara pre-test dan post-test ([Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019](#)). Selain itu, pengamatan partisipasi dan umpan balik peserta juga dijadikan sebagai data kualitatif pendukung dalam evaluasi kegiatan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Pelatihan Literasi Digital dan Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Kewirausahaan UMKM di SDN 5 Jatimurni" telah berjalan dengan lancar dan sukses. Kegiatan ini diikuti oleh total 45 peserta yang merupakan pelaku UMKM di sekitar SDN 5 Jatimurni. Rangkaian kegiatan dilaksanakan pada tanggal 21 Januari 2026, terdiri dari 3 sesi pemaparan materi dan 3 sesi penugasan praktik yang dirancang untuk mengukur dan meningkatkan pemahaman peserta terhadap literasi digital dan pemanfaatan media sosial. PKM ini melibatkan dosen dan mahasiswa dari Program Studi Akuntansi Universitas Dian Nusantara, yang berperan aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Dosen dan mahasiswa bekerja sama dalam menyusun modul pelatihan, memberikan pemaparan materi, serta melakukan evaluasi terhadap hasil belajar peserta. Keterlibatan mahasiswa juga memberikan kesempatan untuk mendapatkan pengalaman praktis dalam mengajar dan berinteraksi langsung dengan pelaku usaha di masyarakat.

Pada sesi pertama yang dilaksanakan pada tanggal 21 Januari 2026, kegiatan diawali dengan pembukaan resmi oleh Kepala SDN 5 Jatimurni dan Ketua Tim PKM. Dalam sesi ini, peserta mendapatkan materi pengantar mengenai literasi digital, meliputi konsep dasar teknologi informasi, penggunaan smartphone untuk bisnis, serta pentingnya keamanan digital dalam bertransaksi online. Antusiasme peserta terlihat tinggi dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan selama sesi berlangsung. Pada sesi kedua, materi difokuskan pada strategi pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk UMKM. Pemateri menjelaskan cara membuat akun bisnis di Instagram dan Facebook, teknik pengambilan foto produk yang menarik menggunakan smartphone, serta cara menulis caption yang efektif untuk menarik perhatian calon pelanggan. Sesi ini dilaksanakan secara hibrid, dengan sebagian peserta hadir langsung dan sebagian lainnya mengikuti melalui Google Meet. Interaksi

antar peserta dan pemateri sangat aktif, dengan banyak peserta langsung mempraktikkan pembuatan konten di akun media sosial mereka.

Sesi ketiga dilaksanakan dengan fokus materi pada pemanfaatan platform e-commerce dan WhatsApp Business. Peserta diajarkan cara membuat katalog produk digital, mengatur profil bisnis WhatsApp, serta strategi melayani pelanggan secara online. Pemateri juga memberikan tips dan trik dalam mengelola pesanan online dan sistem pembayaran digital. Pada sesi ini, peserta diminta untuk langsung mempraktikkan pembuatan toko online sederhana menggunakan platform yang telah dipelajari. Selama proses pelatihan, kehadiran peserta menunjukkan angka yang cukup positif. Dari total 45 peserta yang terdaftar, rata-rata kehadiran mencapai 78% di setiap sesi. Meskipun beberapa peserta tidak dapat hadir di semua sesi karena kesibukan usaha, mereka tetap dapat mengakses materi pelatihan melalui Google Classroom yang telah disediakan oleh tim PKM. Hal ini menunjukkan bahwa model blended learning yang diterapkan cukup efektif dalam mengakomodasi kebutuhan peserta yang memiliki jadwal fleksibel. Sebagai data pendukung, dilakukan analisis statistik terhadap hasil pre-test dan post-test peserta. Berikut hasil uji normalitas pada Table 1.

Tabel 1. Hasil uji normalitas data

| | Kolmogorov-Smirnov^a | Shapiro-Wilk | | | |
|-----------|---------------------------------------|---------------------|-------------|------------------|-----------|
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df |
| Pre-test | .095 | 45 | .200* | .978 | 45 |
| Post-test | .088 | 45 | .200* | .983 | 45 |

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan Tabel 1 uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk baik data pre-test maupun post-test menunjukkan distribusi normal. Uji Shapiro-Wilk digunakan karena jumlah sampel kurang dari 50, yaitu sebanyak 45 peserta yang konsisten mengikuti pelatihan dari awal hingga dilaksanakannya post-test. Untuk data pre-test, nilai statistik uji Shapiro-Wilk adalah 0.978 dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.645. Karena nilai p lebih besar dari 0.05, data pre-test terdistribusi normal. Demikian pula dengan data post-test, yang memiliki nilai statistik Shapiro-Wilk sebesar 0.983 dengan nilai p sebesar 0.761. Karena nilai p juga lebih besar dari 0.05, data post-test dapat dianggap terdistribusi normal. Dengan demikian, kedua data memenuhi asumsi normalitas yang diperlukan untuk analisis lebih lanjut menggunakan uji parametrik. Setelah memastikan bahwa data pre-test dan post-test terdistribusi normal, langkah selanjutnya adalah melakukan uji paired sample t-test untuk melihat apakah terdapat peningkatan yang signifikan setelah peserta mengikuti pelatihan. Berikut hasil uji paired sample t-test pada Table 2.

Tabel 2. Hasil uji paired sample T-test

| | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean | Lower | Upper | t | Sig. (2-tailed) |
|-----------------------------|-------------|-----------------------|------------------------|--------------|--------------|----------|------------------------|
| Pair 1 Pre-test - Post-test | -27.644 | 17.852 | 2.662 | -33.009 | -22.279 | -10.384 | .000 |

Berdasarkan hasil uji paired samples t-test yang telah disajikan pada Tabel 2, perbedaan yang signifikan antara nilai pre-test dan post-test menunjukkan adanya perubahan yang berarti pada kemampuan digital peserta setelah mengikuti pelatihan. Nilai mean selisih antara pre-test dan post-test adalah -27.644, yang mengindikasikan bahwa nilai post-test lebih tinggi dibandingkan dengan pre-test, dengan rata-rata peningkatan sebesar 27.644 poin. Perbedaan ini sangat besar dan bermakna, menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan literasi digital dan pemanfaatan media sosial peserta setelah mengikuti rangkaian pelatihan. Nilai $p = 0.000$ ($p < 0.05$) menunjukkan bahwa perbedaan antara pre-test dan post-test sangat signifikan secara statistik. Nilai p yang sangat rendah ini mengindikasikan bahwa kemungkinan perbedaan yang diamati terjadi secara kebetulan sangatlah kecil. Oleh karena itu, hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan antara pre-test dan post-test dapat ditolak.

Hal ini mengonfirmasi bahwa pelatihan literasi digital dan pemanfaatan media sosial yang diterapkan memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kemampuan kewirausahaan digital para peserta.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan memberikan dampak positif yang substansial bagi para pelaku UMKM di sekitar SDN 5 Jatimurni ([Barokah, Sarofi, & Deni, 2024](#); [Setyawati, Sugangga, Maula, & Rahma, 2023](#)). Peserta yang sebelumnya memiliki pemahaman terbatas tentang teknologi digital kini mampu mengoperasikan akun media sosial bisnis, membuat konten promosi yang menarik, serta memanfaatkan platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan produk mereka ([Ainin, Parveen, Moghavvemi, Jaafar, & Mohd Shuib, 2015](#); [Talib & Sari, 2024](#)). Keberhasilan program PKM ini tidak hanya terletak pada peningkatan kompetensi digital peserta, tetapi juga pada penguatan motivasi berwirausaha dan kepercayaan diri dalam mengadopsi teknologi. Melalui pendekatan blended learning yang fleksibel dan interaktif, peserta dapat belajar sesuai dengan jadwal dan kemampuan mereka masing-masing. Model pembelajaran ini terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi dan motivasi peserta untuk terus belajar dan mengembangkan kemampuan digital mereka.

Terdapat beberapa faktor pendukung dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini. Pertama, dukungan penuh dari pihak SDN 5 Jatimurni yang telah menyediakan fasilitas dan memfasilitasi komunikasi dengan wali murid dan masyarakat sekitar. Kedua, kerja sama yang sinergis antara dosen dan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Dian Nusantara dalam memastikan pelaksanaan kegiatan berjalan lancar. Ketiga, antusiasme tinggi dari para peserta yang memiliki motivasi kuat untuk mengembangkan usaha mereka melalui teknologi digital ([Bocconcelli et al., 2018](#); [Li et al., 2020](#)). Adapun beberapa faktor penghambat yang ditemui selama kegiatan berlangsung antara lain terbatasnya infrastruktur jaringan internet di sekitar lokasi kegiatan, perbedaan tingkat kemampuan awal peserta dalam menggunakan perangkat digital, serta kesibukan beberapa peserta yang membuat tingkat kehadiran tidak optimal ([Alarcón-del-Amo, Lorenzo-Romero, & Del Chiappa, 2014](#)). Untuk mengatasi hambatan ini, tim PKM menyediakan materi dalam bentuk video tutorial yang dapat diakses secara offline, memberikan pendampingan individual bagi peserta yang membutuhkan, serta menyesuaikan jadwal pelatihan agar lebih fleksibel dan akomodatif.

4. Kesimpulan

4.1 Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Pelatihan Literasi Digital dan Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Kewirausahaan UMKM di SDN 5 Jatimurni" berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemampuan digital para pelaku UMKM di sekitar SDN 5 Jatimurni. Berdasarkan hasil analisis pre-test dan post-test, terbukti terjadi peningkatan yang bermakna dalam pengetahuan dan keterampilan peserta di bidang literasi digital dan pemanfaatan media sosial. Hasil uji paired sample t-test menunjukkan perbedaan yang signifikan antara pre-test dan post-test dengan nilai $p = 0.000$ ($p < 0.05$), yang berarti pelatihan yang diberikan memberikan dampak substansial terhadap peningkatan kemampuan kewirausahaan digital peserta.

Selain peningkatan kemampuan teknis, pelatihan ini juga berhasil meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Para peserta kini mampu membuat konten promosi yang menarik, mengelola akun media sosial bisnis secara profesional, serta memanfaatkan platform e-commerce dan WhatsApp Business untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun terdapat kendala jaringan dan variasi tingkat kemampuan awal peserta, seluruh hambatan tersebut berhasil diatasi melalui pendekatan pembelajaran yang adaptif dan fleksibel. Temuan ini dapat diimplementasikan lebih lanjut dalam program pemberdayaan UMKM dengan mengintegrasikan materi pelatihan ke dalam program rutin yang berkelanjutan. Kolaborasi antara perguruan tinggi, sekolah, pemerintah daerah, dan komunitas pelaku usaha perlu terus diperkuat untuk memastikan keberlanjutan program literasi digital bagi UMKM. Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan dampak yang berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas kewirausahaan digital dan mempersiapkan para pelaku UMKM untuk bersaing di era ekonomi digital.

4.2 Limitasi

Kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian dalam pelaksanaan program selanjutnya. Salah satu keterbatasan utama adalah adanya perbedaan tingkat kemampuan awal peserta dalam menggunakan perangkat dan aplikasi digital, sehingga proses penyampaian materi harus disesuaikan dengan kemampuan masing-masing peserta. Kondisi ini menyebabkan sebagian peserta membutuhkan pendampingan lebih intensif dibandingkan peserta lainnya. Selain itu, keterbatasan konektivitas internet di sekitar lokasi kegiatan juga beberapa kali mengganggu kelancaran sesi pelatihan daring, terutama saat praktik penggunaan platform digital dan media sosial. Tingkat kehadiran peserta yang tidak selalu optimal akibat kesibukan dalam menjalankan usaha masing-masing turut memengaruhi efektivitas penyampaian materi dan proses pendampingan. Di samping itu, waktu pelatihan yang relatif singkat membuat materi belum dapat disampaikan secara lebih mendalam, khususnya terkait strategi pemasaran digital lanjutan, analisis performa media sosial, dan optimalisasi platform e-commerce. Keterbatasan lainnya adalah belum dilakukannya evaluasi jangka panjang untuk mengukur keberlanjutan penerapan keterampilan digital yang telah diperoleh peserta dalam pengembangan usaha mereka.

4.3 Saran dan Studi Lanjutan

Mengacu pada keterbatasan yang ditemui dalam penelitian ini, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengukur dampak pelatihan secara lebih mendalam, khususnya terhadap peningkatan pendapatan dan perkembangan usaha peserta dalam jangka waktu 3–6 bulan setelah pelatihan dilaksanakan. Cakupan wilayah penelitian pun sebaiknya diperluas agar temuan yang diperoleh lebih representatif dan tidak terbatas pada satu lokasi saja. Variabel penelitian juga perlu diperkaya, misalnya dengan memasukkan indikator jumlah pelanggan baru atau pertumbuhan penjualan melalui platform digital. Di sisi lain, pendampingan rutin pasca pelatihan perlu dipertimbangkan agar peserta benar-benar dapat menerapkan keterampilan yang telah diperoleh dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah daerah dan pelaku industri digital juga akan sangat membantu keberlanjutan program serupa ke depannya. Terakhir, pengelompokan peserta berdasarkan tingkat kemampuan awal dalam menggunakan teknologi digital kiranya perlu diterapkan agar penyampaian materi pelatihan dapat lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing peserta. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan materi pelatihan ke dalam program pemberdayaan UMKM yang lebih berkelanjutan dan terstruktur. Kolaborasi antara perguruan tinggi, sekolah, pemerintah daerah, dan komunitas pelaku usaha perlu diperkuat guna menjamin kesinambungan program literasi digital. Selain itu, studi lanjutan dapat mengeksplorasi dampak jangka panjang pelatihan terhadap pertumbuhan pendapatan dan perkembangan usaha peserta secara lebih terukur.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Sekolah, Guru, dan seluruh warga SDN 5 Jatimurni atas dukungan serta kerja sama yang luar biasa dalam pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pelaku UMKM peserta pelatihan atas partisipasi aktif dan antusias mereka. Serta ucapan terima kasih kepada Kepala Lembaga Pendidikan, Penelitian, Pengabdian Masyarakat, dan Inovasi Pembelajaran Universitas Dian Nusantara (UNDIRA) yang telah memberikan izin dan dukungan atas terlaksananya kegiatan PKM ini.

Referensi

- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Mohd Shuib, N. L. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems*, 115(3), 570-588. doi:<https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205>
- Aji, A. K., Siregar, N. A., & Ritonga, M. (2025). Pengaruh media sosial, literasi digital dan literasi finansial terhadap minat berwirausaha Gen-Z di Labuhanbatu. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1321-1337. doi:<https://doi.org/10.53697/emdbr.v6i2.1321>

- Alarcón-del-Amo, M.-d.-C., Lorenzo-Romero, C., & Del Chiappa, G. (2014). Adoption of social networking sites by Italian. *Information Systems and E-Business Management*, 12(2), 165-187. doi:<https://doi.org/10.1007/s10257-013-0212-9>
- Anggadwita, G., & Mustafid, Q. Y. (2014). Identification of factors influencing the performance of Small Medium Enterprises (SMEs). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 115, 415-423. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.448>
- Banjarnahor, A. R., & Sari, O. H. (2023). Meningkatkan minat berwirausaha generasi Z melalui literasi digital di era teknologi. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 132-143. doi:<https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i3.1359>
- Barokah, I., Sarofi, A., & Deni, A. A. (2024). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi marketing UMKM di era digital. *Jurnal Dialoka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam*, 3(1), 1-14. doi:<https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4474>
- Benediktus, S. N. (2024). Pengaruh literasi digital dan penggunaan e-commerce terhadap minat berwirausaha digital pada Generasi Z. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Universitas Maritim AMNI Semarang*, 3(3), 305-316. doi:<https://doi.org/10.58192/profit.v3i3.2419>
- Bocconcelli, R., Cioppi, M., Fortezza, F., Francioni, B., Pagano, A., Savelli, E., & Splendiani, S. (2018). SMEs and marketing: a systematic literature review. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 227-254. doi: <https://doi.org/10.1111/ijmr.12128>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan reliabilitas penelitian. *Jakarta: Mitra Wacana Media*, 145. doi:<https://doi.org/10.33795/jmb.v2i1.61>
- Damayanti, R., Hamidah, R. A., & Titisari, K. H. (2026). Integrative model of financial literacy, social entrepreneurship, and pentahelix collaboration on MSME performance. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 7(2), 157-171. doi:<https://doi.org/10.35912/jakman.v7i2.5542>
- Fatimah, S., Askandar, N. S., & Mustapita, A. F. (2025). Pengaruh harapan pendapatan, penggunaan media sosial dan literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 14(1), 1629-1638.
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of business research*, 70, 118-126. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Filia, S., Rodiah, S., & Samsiah, S. (2024). Pengaruh literasi digital, media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*, 5(1), 144-150. doi:<https://doi.org/10.37859/coscitech.v5i1.6166>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24. doi:<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Kekeocha, E. M., Oliseh, S. P., Anagwu, V. K., & Nwanya, C. C. (2026). Digital Transformation and Employee Productivity in Nigeria's Mobile Telecommunication Sector. *Annals of Management and Organization Research*, 7(3), 385-399. doi:<https://doi.org/10.35912/amor.v7i3.3565>
- Khairani, N., Adiva, C. T., Hutabarat, R. F. M., & Simorangkir, T. G. (2025). Pengaruh media sosial dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di era digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 4583-4591. doi:<https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.18344>
- Khotmi, H., Hikmah, H., Fauzi, A. K., & Astini, Y. (2024). Pengaruh media sosial, literasi keuangan, e-commerce, digital payment, dan orientasi wirausaha terhadap kinerja UMKM di Kota Mataram. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 22(1), 11-21. doi: <https://doi.org/10.53671/valid.v22i1.491>
- Lestari, K. M., Budiman, M. D. D. i., Filardhy, M. K., Zamba, N., Nurhaliza, N. S., Alfiani, M., & Wardiah, M. L. (2024). Pengaruh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Perekonomian di Indonesia. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(2), 1323-1330. doi: <https://doi.org/10.58217/jisma.v3i2.645>
- Li, C., Ashraf, S. F., Shahzad, F., Bashir, I., Murad, M., Syed, N., & Riaz, M. (2020). Influence of knowledge management practices on entrepreneurial and organizational performance: a mediated-moderation model. *Frontiers in Psychology*, 11, 577106. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577106>

- Monalika, H. P., Septiyanti, R., & Sudrajat, S. (2022). Intervening Effect of Information Technology on Msmes Performance during Covid-19 Pandemic. *Journal Dimensie Management and Public Sector*, 3(1), 1-14. doi:<https://doi.org/10.48173/jdmpps.v3i1.133>
- Musfirah, A., & Jumain, A. (2026). Adoption of Digital Technology and Marketing in Enhancing SMEs Business Performance. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 7(2), 301-316. doi:<https://doi.org/10.35912/jakman.v7i2.5580>
- Nnanna-Ohuonu, O., Chikwesiri, N. P., Okudo, A., & Chinwe, I. V. (2026). Artificial intelligence personalized marketing content and consumer behavior in nigerian SMEs. *Annals of Management and Organization Research*, 7(3), 325-339. doi:<https://doi.org/10.35912/amor.v7i3.3418>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PRofesi Humas*, 3(1), 1-20. doi:<https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Paramitasari, N., Emilia, P., Yusendra, M. A. E., & Asnusa, S. (2024). The effect of entrepreneurial literacy, digital literacy and social media use on the entrepreneurial interest of high school students. *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, 6(5), 302-314. doi:<https://doi.org/10.31000/combis.v6i2.11336>
- Sari, T. R. T., & Subroto, W. T. (2023). Pengaruh literasi ekonomi, e-commerce, lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 149-161. doi:<https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8792>
- Setiyarini, E. Y., Rosdyanti, T., & Sari, M. Y. P. (2026). Socio-economic improvement of MSMEs through digital transformation in Metro City. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 7(2), 259-272. doi:<https://doi.org/10.35912/jakman.v7i2.5657>
- Setyawati, A., Sugangga, R., Maula, F. I., & Rahma, A. (2023). Digital Marketing Business Strategy to MSME Performance in the Industrial Revolution 4.0 Era. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 12(1), 19-26. doi:<https://doi.org/10.37715/jee.v12i1.3459>
- Siregar, N., Dewi, N. K., Nursyamsi, S. E., Astuti, H., Ningrum, E. P., & Mujab, S. (2024). Penyuluhan Literasi Media Online Melalui Pelatihan Kewirausahaan Bagi UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Produk. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ*, 7(1), 11-18. doi:<https://doi.org/10.31599/sx5ajp74>
- Sofyan, R. A., & Arfian, A. (2023). Analisa media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi dengan metode topsis. *Jurnal Prosisko*, 10(1), 56. doi:<https://doi.org/10.30656/prosisko.v9i2.5167>
- Talib, N. R. A., & Sari, M. N. (2024). Analisis efektivitas penggunaan media sosial dalam peningkatan brand awareness pada UMKM Kota Tangerang Selatan di era digital. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, 2(2), 87-96. doi:<https://doi.org/10.58222/jurekma.v2i2.318>
- Wisnubroto, K. (2025). Komitmen pemerintah melindungi anak di ruang digital.