

OPTIMALISASI LITERASI DIGITAL UMKM MASYARAKAT DESA KEDUNGSIGIT MELALUI KEGIATAN EDUKASI SOSIALISASI DARI MAHASISWA KKN UIN SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG

Nabila Safa Amalya¹, Mohammad Robet Abdillah², Octavian Cahya Ferdiansyah³, Rizki Amalia Rachmawati⁴

Universitas Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Nabilasafaamalya678@gmail.com, robetworkspace@gmail.com,
octaviancahyaferdiansyah17@gmail.com, rizkirachmawati1201@gmail.com

Abstract

This community service program aimed to improve digital literacy among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kedungsigit Village, Trenggalek Regency, through education and socialization conducted by KKN student of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Local MSME actors like sickle craftsmen, tempeh sellers and catfish farmers still relied on conventional marketing, limiting their market reach. Using a descriptive qualitative method, data were gathered through observation, interviews, documentation and literature review, following stages of needs identification, socialization, hands on practice and evaluation. Results show participants gained improves understanding of social media marketing, content creation, and digital transactions, shifting from tradisional practices toward digital marketing using device they already owned, such as smartphones. Varying digital skill levels and limited time were the main obstacles. The program concludes that sustained mentoring involving village government, MSME groups and other stakeholders is essential to support the continued digital transformation of MSMEs in Kedungsigit Village.

Keywords: Digital Literacy, MSMEs, KKN, Digital Marketing, Kedungsigit Village.

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kedungsigit, Kabupaten Trenggalek melalui celah edukasi dan sosialisasi oleh mahasiswa KKN UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pelaku UMKM setempat seperti pengrajin sabit, penjual tempe dan peternak ikan lele masih mengandalkan pemasaran konvensional sehingga jangkauan pasarnya terbatas. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan tinjauan literatur yang mengikuti tahapan identifikasi kebutuhan, sosialisasi, praktik pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai pemasaran media sosial, pembuatan konten dan transaksi digital serta mendorong pergeseran dari cara pemasaran tradisional menuju pemanfaatan teknologi digital menggunakan perangkat yang telah dimiliki, seperti telepon pintar. Perbedaan Tingkat kemampuan digital antarpeserta dan keterbatasan waktu menjadi kendala utama. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa pendampingan berkelanjutan yang melibatkan pemerintah desa, kelompok UMKM dan pihak terkait lainnya diperlukan agar transformasi digital UMKM di Desa Kedungsigit dapat berlangsung secara optimal.

Article history

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Kata Kunci: Literasi Digital, UMKM, KKN, Pemasaran Digital, Desa Kedungsigit	
--	--

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu fondasi ekonomi nasional yang memberikan kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi, terutama di daerah pedesaan. Di tengah cepatnya perubahan digital yang meliputi hampir semua aspek kehidupan, pelaku UMKM dituntut untuk dapat beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran, pengelolaan usaha, serta perpanjangan jangkauan pasar. Namun, proses adaptasi ini tidak berlangsung dengan seimbang terutama di daerah pedesaan yang masih mengalami rendahnya literasi digital di antara pelaku usahanya. Sebuah penelitian konseptual tentang kesenjangan literasi digital menunjukkan bahwa rendahnya keterampilan literasi digital pelaku UMKM berdampak langsung pada perilaku ekonomi mereka, termasuk lambatnya adopsi model bisnis digital yang dapat secara signifikan meningkatkan daya saing usaha (Fuad & Pradesyah, 2025). Masalah ini juga di alami oleh para pelaku UMKM di Desa Kedungsigit, Kabupaten Trenggalek. Mayoritas mereka masih menjalankan usaha secara tradisional. Mereka mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut atau penjualan langsung tanpa memanfaatkan platform digital seperti media sosial, marketplace, atau sistem pembayaran digital. Akibatnya, jangkauan pasar produk mereka terbatas hanya di wilayah Desa Kedungsigit dan sekitarnya.

Pentingnya kegiatan ini semakin jelas ketika terkait dengan kondisi nyata di lapangan, dimana pelaku UMKM di Desa Kedungsigit umumnya merupakan pelaku usaha rumahan berskala mikro dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman teknologi yang bervariasi, sehingga tingkat pemahaman terhadap konsep dasar digitalisasi usaha pun berbeda-beda. Studi tentang transformasi digital pada usaha kecil dan menengah mengindikasikan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada adanya infrastruktur teknologi, tetapi juga dipengaruhi secara signifikan oleh interaksi antara tingkat literasi digital pemilik usaha dan atribut manajerial yang dimiliki, seperti kemampuan dalam pengambilan keputusan serta keterbukaan terhadap inovasi (Zahoor et al., 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa usaha peningkatan literasi digital UMKM harus dilakukan dengan pendekatan yang tidak seragam, melainkan perlu strategi edukatif yang disesuaikan dengan karakter dan kebutuhan nyata pelaku usaha di lapangan termasuk di Desa Kedungsigit yang memiliki ciri khas UMKM berbasis potensi lokal yang unik.

Berbagai penelitian dan program pengabdian sebelumnya telah meneliti usaha peningkatan literasi digital UMKM yang berbasis komunitas maupun program mahasiswa serta memberikan dasar konseptual untuk kegiatan pengabdian ini. Program peningkatan literasi digital yang berlangsung di Desa Dolok Kahean, Kabupaten Simalungun menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan edukatif yang dilaksanakan secara terstruktur melalui tahapan analisis kebutuhan, pembuatan materi, pelaksanaan program, serta pendampingan dan evaluasi dapat memperbaiki pemahaman literasi digital UMKM secara signifikan, meskipun program tersebut masih tertuju pada satu unit usaha utama sebagai mitra kunci (Fuad & Pradesyah, 2025). Sejalan dengan itu, program sosialisasi literasi pemasaran digital yang dilakukan di Desa Ketodan, Kecamatan Jatirogo, Kabupaten Tuban menunjukkan bahwa penguatan masyarakat melalui pendidikan pemasaran digital dapat mendorong pelaku UMKM di daerah tersebut untuk mulai menggunakan media digital dalam memasarkan produk mereka, meskipun ruang lingkup sosialisasi yang dilaksanakan masih umum dan belum diikuti dengan pendampingan lanjutan yang lebih intensif (Suyanti et al., 2024). Penelitian lain mengenai literasi digital bagi pelaku

UMKM dalam menciptakan bisnis berkelanjutan juga menegaskan bahwa peningkatan literasi digital memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan usaha, terutama dalam membangun ketahanan bisnis di tengah persaingan pasar yang kian kompetitif (Sulistyo et al., 2022). Walaupun begitu, sebagian besar penelitian sebelumnya tetap berfokus pada satu atau beberapa unit UMKM secara spesifik, bersifat sosialisasi satu arah tanpa keterlibatan aktif mahasiswa sebagai pendamping secara berkelanjutan dan belum banyak membahas model edukasi literasi digital UMKM yang diintegrasikan langsung dengan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di level desa secara menyeluruh, sehingga masih ada kesenjangan terkait bagaimana strategi sosialisasi dan edukasi literasi digital UMKM yang partisipatif dapat dirancang dan diimplementasikan oleh mahasiswa KKN untuk menjangkau pelaku UMKM desa secara lebih luas dan berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, kebaruan (*novelty*) yang dihadirkan dalam kegiatan pengabdian ini terletak pada fokus sasaran yang secara khusus menyasar pelaku UMKM di Desa Kedungsigit, Kabupaten Trenggalek, sebuah lokasi yang kurang diperhatikan dalam literatur pengabdian sebelumnya, serta metode sosialisasi dan edukasi yang dilakukan secara sistematis oleh mahasiswa KKN Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan mengakses pelaku UMKM secara lebih menyeluruh, tidak hanya terbatas pada satu unit usaha. Kegiatan ini juga menegaskan fungsi strategis mahasiswa KKN sebagai penghubung transfer pengetahuan digital dari lingkungan akademik kepada pelaku usaha mikro di desa, serta menjadi model intervensi yang bisa ditiru di desa-desa lain dengan karakteristik UMKM yang serupa.

2. Tinjauan Pustaka

Literasi Digital

Literasi digital secara umum dipahami sebagai kemampuan individu untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi maupun teknologi digital secara kritis, efektif, dan bertanggungjawab dalam berbagai aspek kehidupan termasuk aktivitas ekonomi. Konsep ini tidak sekadar mengacu pada kemampuan teknis mengoperasikan perangkat, tetapi juga mencakup kemampuan kognitif untuk menyaring, mengelola, dan mengkomunikasikan informasi melalui media digital secara produktif. Dalam konteks pelaku usaha, literasi digital berperan sebagai prasyarat dasar bagi keberhasilan adopsi teknologi dalam pengelolaan bisnis, mulai dari pemasaran, pencatatan transaksi hingga interaksi dengan pelanggan (Jayanti, 2023). Penguatan literasi digital melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk juga terbukti mampu mendorong pelaku UMKM untuk mulai memasuki ekosistem pasar digital secara bertahap.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diartikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu maupun entitas yang memenuhi syarat tertentu yang ditetapkan dalam Undang-Undang Noor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang kemudian di perbaharui melalui Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 dengan tolok ukur modal usaha dan pendapatan tahunan sebagai dasar klasifikasi (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM). UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi nasional karena merupakan sektor yang terbesar dalam menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi besar terhadap produk domestik bruto, terutama di daerah pedesaan yang memiliki sedikit pilihan pekerjaan formal. Peningkatan pemahaman terkait literasi keuangan digital menjadi salah satu elemen krusial

yang mempengaruhi kelangsungan usaha mikro di Tengah kompetisi pasar yang semakin ketat (Fitriani et al., 2024).

Digitalisasi dan Transformasi Digital UMKM

Digitalisasi UMKM adalah proses peralihan dari metode operasional tradisional ke sistem berbasis teknologi yang lebih efisien, transparan, dan responsif, yang meliputi penggunaan media sosial, platform marketplace, dan sistem pembayaran digital untuk mendukung kegiatan pemasaran dan pengelolaan bisnis. Kemampuan literasi digital yang dimiliki pelaku usaha terbukti berpengaruh besar terhadap kinerja UMKM, sehingga peningkatan kemampuan digital menjadi faktor penting dalam kesuksesan proses transformasi. Penggunaan pemasaran digital secara konsisten terbukti dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan serta memperkuat keberlanjutan finansial UMKM, meskipun keberhasilannya tetap tergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital dengan efektif (Alviani & Munowaroh, 2025). Sebaliknya, digitalisasi UMKM di berbagai daerah masih terhambat oleh masalah struktural seperti keterbatasan akses teknologi dan rendahnya kapasitas SDM, sehingga strategi pengembangan literasi digital perlu disesuaikan dengan karakteristik serta kebutuhan khusus pelaku usaha di setiap wilayah.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai Model Edukasi dan Pemberdayaan Masyarakat

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang menempatkan mahasiswa sebagai agen distribusi pengetahuan dan pendukung masyarakat dalam mengidentifikasi serta mengatasi masalah nyata di lapangan, termasuk di bidang ekonomi dan literasi teknologi. Melalui program KKN, mahasiswa berfungsi sebagai jembatan antara ilmu akademik yang didapat di perguruan tinggi dan kebutuhan praktis masyarakat desa, sehingga proses pemberdayaan dapat berjalan secara partisipatif dan sesuai konteks (Megawati & Nurfitri, 2023). Keterlibatan mahasiswa dalam program KKN tematik di tingkat desa juga menegaskan posisi mahasiswa sebagai pendorong pembangunan yang menghubungkan kepentingan kampus dengan kebutuhan konkret masyarakat, termasuk dalam membantu pelaku usaha mikro beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Kusuma et al., 2023). Dengan demikian, partisipasi aktif mahasiswa KKN sebagai pendamping berkelanjutan menjadi elemen krusial dalam menjamin efektivitas program pendidikan literasi digital UMKM di tingkat desa.

Kerangka Berfikir

Mengacu pada penjelasan tinjauan pustaka di atas, penelitian ini dibangun dengan pemikiran bahwa minimnya literasi digital pelaku UMKM di Desa Kedungsigit berperan dalam terbatasnya penerapan teknologi digital dalam pengelolaan usaha. Lewat aktivitas edukasi dan sosialisasi yang dilakukan secara partisipatif oleh mahasiswa KKN, diharapkan pelaku UMKM bisa meningkatkan pemahaman tentang penggunaan platform digital untuk pemasaran, sehingga akhirnya dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Kerangka ini menekankan hubungan konseptual antara literasi digital, ciri-ciri UMKM pedesaan, dan fungsi strategis Kuliah Kerja Nyata sebagai model intervensi pendidikan.

3. Metodologi Penelitian

Studi ini mengaplikasikan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan keadaan literasi digital pelaku UMKM serta pelaksanaan pendidikan dan penyuluhan yang dijalankan mahasiswa KKN UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung di Desa Kedungsigit, Kabupaten Trenggalek. Metode ini dipilih karena studi ini menitikberatkan pada kondisi serta pengalaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Subjek penelitian terdiri dari pelaku UMKM, yakni

pengrajin sabit, penjual tempe, dan peternak ikan lele yang dipilih secara purposive berdasarkan relevansinya terhadap fokus penelitian. Kegiatan pertama dilakukan melalui kunjungan dan wawancara untuk mendapatkan informasi tentang produksi, pengelolaan, pemasaran, tantangan, dan peluang pengembangan usaha.

Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan tinjauan literatur. Fokus pengumpulan data mencakup penggunaan teknologi digital oleh pelaku UMKM, tahapan edukasi dan sosialisasi, serta pemahaman pelaku UMKM mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung usaha. Literasi digital dalam konteks UMKM berhubungan dengan keterampilan menggunakan teknologi secara efektif, termasuk untuk mendukung aktivitas pemasaran (Sunuantari et al., 2021). Analisis data dilakukan melalui pendekatan deskriptif kualitatif yang meliputi tahap kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi Kesimpulan. Validitas data diperoleh melalui triangulasi teknik dengan membandingkan hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses kegiatan mencakup identifikasi kondisi UMKM, penyuluhan dan sosialisasi, praktik atau pendampingan, serta evaluasi pemahaman. Kegiatan pembelajaran dan pendampingan dapat meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM dalam menggunakan media digital untuk pemasaran (Santoso et al., 2024). Aspek etika menjadi perhatian dengan menjelaskan maksud pengumpulan data kepada informan serta menjaga kerahasiaan informasi pribadi yang tidak relevan dalam penyajian hasil penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Literasi Digital Pelaku UMKM Desa Kedungsigit

Kegiatan pengabdian diawali dengan mengidentifikasi kondisi pelaku UMKM di Desa Kedungsigit, Kabupaten Trenggalek, khususnya berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih mengandalkan pola pemasaran secara konvensional. Promosi produk lebih banyak dilakukan melalui komunikasi langsung, rekomendasi dari pelanggan, serta penjualan kepada masyarakat yang berada di sekitar lingkungan usaha. Kondisi tersebut membuat pemasaran produk belum berkembang secara optimal ke luar wilayah desa. Permasalahan yang ditemukan bukan hanya berkaitan dengan rendahnya penggunaan media digital, tetapi juga dengan keterbatasan pemahaman mengenai fungsi teknologi dalam mendukung kegiatan usaha. Sebagian pelaku UMKM telah memiliki telepon pintar dan menggunakan media sosial, tetapi penggunaannya belum diarahkan secara maksimal untuk kegiatan pemasaran. Media sosial lebih banyak dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi sehari-hari dibandingkan sebagai media untuk membangun identitas usaha, memperkenalkan produk, berinteraksi dengan konsumen, dan memperluas pasar.

Temuan tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara akses terhadap teknologi dan kemampuan memanfaatkan teknologi secara produktif. Kepemilikan perangkat digital belum secara otomatis menunjukkan bahwa pelaku usaha mempunyai literasi digital yang memadai. Dalam konteks UMKM, literasi digital berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi untuk mendukung aktivitas usaha, mulai dari memperoleh informasi, membuat konten, melakukan promosi, berkomunikasi dengan konsumen, hingga melakukan transaksi secara aman. Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan (Zahoor et al., 2023) bahwa transformasi digital pada UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan literasi digital dan karakteristik pemilik atau pengelola usaha. Dengan demikian, persoalan yang dihadapi UMKM Desa Kedungsigit tidak cukup diselesaikan dengan menyediakan akses terhadap teknologi, tetapi membutuhkan peningkatan kemampuan dan

kepercayaan diri pelaku usaha dalam menggunakannya.

Hasil Pelaksanaan Edukasi dan Sosialisasi Literasi Digital

Berdasarkan kondisi awal tersebut, mahasiswa KKN melaksanakan edukasi dan sosialisasi yang berfokus pada pengenalan manfaat teknologi digital bagi pengembangan UMKM. Materi disusun menggunakan pendekatan sederhana agar dapat dipahami oleh peserta dengan tingkat kemampuan digital yang berbeda-beda. Kegiatan tidak hanya dilakukan melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui diskusi dan praktik. Mahasiswa menjelaskan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan konten sederhana, penyusunan informasi produk, komunikasi dengan konsumen, serta pengenalan transaksi digital. Pendekatan praktik digunakan agar peserta dapat memahami hubungan antara materi yang diberikan dengan aktivitas usaha yang mereka lakukan. Salah satu materi yang menjadi perhatian adalah pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Peserta diberikan pemahaman bahwa media sosial dapat digunakan untuk menampilkan produk secara lebih menarik dan menjangkau calon konsumen yang berada di luar lingkungan sekitar. Produk dapat dipromosikan melalui foto, video pendek, informasi harga, keunggulan produk, serta cara pemesanan.

Penyampaian materi secara langsung juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengetahui kesulitan yang dialami oleh pelaku UMKM. Perbedaan kemampuan peserta terlihat ketika kegiatan praktik dilakukan. Peserta yang telah terbiasa menggunakan media sosial cenderung lebih mudah mengikuti materi, sedangkan peserta yang masih memiliki keterbatasan pengalaman digital membutuhkan pendampingan lebih lanjut. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa metode edukasi yang bersifat partisipatif lebih sesuai diterapkan pada masyarakat dengan tingkat kemampuan digital yang beragam. Hal ini mendukung hasil kegiatan (Fuad & Pradesyah, 2025), yang menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital UMKM dapat dilakukan melalui tahapan analisis kebutuhan, edukasi, praktik, pendampingan, dan evaluasi.

Perubahan Pemahaman Pelaku UMKM Setelah Kegiatan

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perkembangan pemahaman pelaku UMKM mengenai fungsi teknologi digital dalam kegiatan usaha. Sebelum mendapatkan edukasi, penggunaan media digital sebagian besar belum diarahkan secara khusus untuk mendukung pemasaran. Setelah mendapatkan penjelasan dan praktik, peserta mulai memahami bahwa teknologi yang selama ini digunakan dalam kehidupan sehari-hari dapat dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi. Perubahan tersebut terutama terlihat pada pemahaman mengenai fungsi media sosial. Peserta mulai memahami bahwa media sosial bukan hanya tempat berkomunikasi, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan produk dan membangun hubungan dengan konsumen. Pemahaman tersebut menjadi penting karena pemasaran digital memungkinkan pelaku UMKM memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas.

Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kualitas informasi dalam promosi. Produk yang ditampilkan melalui media digital perlu disertai informasi yang jelas mengenai nama produk, harga, varian, keunggulan, serta cara pemesanan. Informasi yang lengkap dapat membantu calon konsumen mengenali produk sebelum melakukan pembelian. Temuan ini sejalan dengan (Megawati & Nurfitri, 2023) yang menunjukkan bahwa edukasi digital marketing melalui media sosial dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan pemahaman mengenai penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa edukasi dasar masih menjadi tahap penting bagi UMKM yang belum terbiasa melakukan pemasaran secara digital.

Hasil Praktik Pemasaran Digital

Praktik pemasaran digital menjadi bagian penting karena memberikan pengalaman langsung kepada peserta. Mahasiswa memperkenalkan cara sederhana untuk membuat materi promosi menggunakan perangkat yang telah dimiliki oleh pelaku UMKM. Peserta diarahkan untuk memahami beberapa unsur dasar dalam membuat konten, seperti menampilkan produk dengan jelas, menggunakan pencahayaan yang cukup, memilih latar belakang yang tidak mengganggu tampilan produk, serta memberikan informasi yang mudah dipahami. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai penyusunan caption yang mencantumkan informasi produk dan cara melakukan pemesanan. Hasil praktik menunjukkan bahwa teknologi digital sebenarnya dapat mulai dimanfaatkan tanpa membutuhkan perangkat khusus. Telepon pintar yang telah dimiliki oleh masyarakat dapat menjadi modal awal dalam menjalankan pemasaran digital. Hal ini menjadi temuan penting karena salah satu hambatan yang sering muncul dalam digitalisasi UMKM adalah anggapan bahwa pemasaran digital membutuhkan biaya dan perangkat yang mahal. Dari perspektif transformasi digital, temuan tersebut menunjukkan bahwa hambatan utama tidak selalu berada pada aspek teknologi, tetapi juga pada kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi tersebut. (Zahoor et al., 2023) menjelaskan bahwa literasi digital menjadi salah satu unsur penting dalam proses transformasi digital UMKM. Dengan demikian, peningkatan kemampuan pelaku usaha menjadi bagian penting dalam mendorong pemanfaatan teknologi secara berkelanjutan.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Pelaksanaan kegiatan dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung. Ketersediaan telepon pintar menjadi salah satu modal awal yang memudahkan proses praktik. Peserta tidak perlu menyediakan perangkat baru karena kegiatan dapat dilakukan menggunakan perangkat yang telah mereka gunakan sehari-hari. Selain itu, adanya kebutuhan untuk memperluas pemasaran menjadi faktor yang mendorong ketertarikan peserta. Ketika pelaku usaha memahami bahwa pemasaran digital dapat membantu memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas, mereka memiliki alasan yang lebih kuat untuk mempelajari teknologi.

Di sisi lain, terdapat beberapa hambatan yang ditemukan selama kegiatan. Perbedaan kemampuan digital antar peserta menyebabkan proses penerimaan materi tidak berlangsung dengan kecepatan yang sama. Peserta yang jarang menggunakan fitur digital membutuhkan pendampingan lebih banyak dibandingkan peserta yang telah terbiasa menggunakan media sosial. Keterbatasan waktu juga menjadi kendala karena pelaku UMKM harus membagi waktu antara menjalankan usaha, mengurus kegiatan rumah tangga, dan mengikuti kegiatan edukasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa program literasi digital membutuhkan pola pendampingan yang fleksibel dan berkelanjutan.

Pembahasan dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil kegiatan di Desa Kedungsigit memperkuat temuan Sulistyio et al. (2022) bahwa literasi digital memiliki peran dalam membantu pelaku UMKM menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Kemampuan menggunakan teknologi dapat menjadi salah satu modal bagi UMKM untuk mempertahankan usaha dan menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen. Temuan kegiatan juga memiliki kesamaan dengan kegiatan yang dilakukan oleh (Suyanti et al., 2024), yaitu bahwa edukasi mengenai digital marketing dapat mendorong masyarakat untuk mulai memahami pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Persamaannya terletak pada penggunaan edukasi sebagai tahap awal dalam memperkenalkan digitalisasi kepada pelaku UMKM.

Namun, terdapat perbedaan pada fokus pelaksanaan kegiatan. Kegiatan di Desa Kedungsigit menempatkan mahasiswa KKN tidak hanya sebagai penyampai materi, tetapi juga sebagai pendamping yang membantu peserta memahami penerapan teknologi berdasarkan kemampuan masing-masing. Dengan demikian, proses kegiatan lebih menekankan hubungan dua arah antara mahasiswa dan pelaku UMKM. Perbedaan lainnya terletak pada konteks sasaran kegiatan. Program ini diarahkan pada UMKM di tingkat desa dengan karakteristik usaha yang beragam. Oleh karena itu, materi tidak diberikan secara seragam, tetapi disesuaikan dengan permasalahan dan kemampuan digital peserta.

Novelty dan Kontribusi Kegiatan

Kebaruan kegiatan ini terletak pada penerapan edukasi literasi digital yang secara khusus diarahkan kepada pelaku UMKM Desa Kedungsigit melalui program KKN. Mahasiswa berperan sebagai penghubung antara pengetahuan akademik dengan kebutuhan masyarakat dalam menghadapi perkembangan teknologi digital. Kontribusi kegiatan tidak hanya berada pada peningkatan pengetahuan mengenai pemasaran digital, tetapi juga pada upaya membangun kesiapan pelaku UMKM untuk mulai menggunakan teknologi dalam kegiatan usaha. Pendekatan edukasi yang dilanjutkan dengan praktik dan pendampingan menjadi nilai penting karena peserta tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam mencoba teknologi.

Secara teoretis, hasil kegiatan memperkuat konsep bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia. Teknologi tidak dapat memberikan manfaat secara maksimal apabila pelaku usaha belum mempunyai pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakannya. Secara praktis, kegiatan memberikan gambaran bahwa program KKN dapat dimanfaatkan sebagai salah satu bentuk intervensi sederhana untuk membantu UMKM desa menghadapi perkembangan ekonomi digital. Model edukasi yang dilakukan dapat dikembangkan melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pemberian materi, praktik, pendampingan, dan evaluasi.

Implikasi dan Keberlanjutan Program

Hasil kegiatan memberikan implikasi bahwa peningkatan literasi digital UMKM perlu ditempatkan sebagai proses yang berkelanjutan. Sosialisasi satu kali dapat meningkatkan pengetahuan awal, tetapi perubahan perilaku dan kemampuan membutuhkan praktik secara berulang. Oleh karena itu, keberlanjutan program dapat dilakukan melalui pendampingan lanjutan yang melibatkan pemerintah desa, kelompok UMKM, pemuda desa, maupun pihak lain yang memiliki kemampuan dalam bidang digital. Pendampingan dapat diarahkan pada pengelolaan akun media sosial usaha, pembuatan konten secara rutin, pengembangan identitas merek, penggunaan marketplace, serta pemanfaatan sistem pembayaran digital. Dengan keberlanjutan tersebut, kegiatan edukasi yang dilakukan mahasiswa KKN tidak berhenti sebagai kegiatan sesaat, tetapi dapat menjadi tahap awal dalam membangun ekosistem digital UMKM di Desa Kedungsigit.

5.KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, kegiatan edukasi dan sosialisasi literasi digital yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pemahaman pelaku UMKM di Desa Kedungsigit dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebelum kegiatan dilakukan, sebagian pelaku UMKM masih

menjalankan usaha secara tradisional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal untuk kegiatan pemasaran maupun pengelolaan usaha. Melalui kegiatan edukasi, pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya media sosial, pemasaran digital, serta pemanfaatan teknologi dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

Selain meningkatkan pemahaman, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pikir pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis. Pendampingan dan praktik secara langsung membantu pelaku UMKM lebih mudah memahami penggunaan teknologi sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya menjadi pengetahuan, tetapi juga dapat menjadi langkah awal bagi UMKM Desa Kedungsigit untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital. Namun, keberlanjutan pendampingan tetap diperlukan agar pemanfaatan teknologi dapat diterapkan secara konsisten dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, diperlukan pendampingan literasi digital secara berkelanjutan bagi pelaku UMKM Desa Kedungsigit agar pengetahuan yang telah diperoleh dapat diterapkan secara optimal. Pelatihan selanjutnya dapat lebih difokuskan pada praktik penggunaan media sosial untuk pemasaran, pembuatan konten promosi, penggunaan pembayaran digital, serta pengelolaan usaha secara sederhana melalui teknologi. Kegiatan juga sebaiknya disesuaikan dengan tingkat kemampuan masing-masing pelaku UMKM agar materi lebih mudah dipahami dan diterapkan.

Pemerintah Desa Kedungsigit diharapkan dapat terus mendukung proses digitalisasi UMKM melalui kerja sama dengan mahasiswa, perguruan tinggi, maupun pihak terkait lainnya. Selain itu, mahasiswa KKN dapat berperan sebagai pendamping dalam memberikan pengetahuan dan membantu pelaku UMKM menghadapi kendala dalam penggunaan teknologi. Dengan adanya kerja sama dan pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan UMKM Desa Kedungsigit mampu memanfaatkan teknologi digital secara lebih mandiri, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alviani, N. A., & Munowaroh. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *MASMAN: Master Manajemen*, 3(1), 134-140.
- Fitriani, Ferazona, S., Suyono, A., Saputra, R. E., & Defriona, B. (2024). Pentingnya Literasi Keuangan Digital Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 358-365.
- Fuad, F., & Pradesyah, R. (2025). Optimalisasi Literasi Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Dolok Kahean. *Masyarakat Berkarya: Jurnal Pengabdian Dan Perubahan Sosial*, 2(4), 78-86.
- Jayanti, E. (2023). Digitalisasi UMKM dan Literasi Keuangan Untuk Keberlanjutan UMKM di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51-64.
- Kusuma, N. I. P. R., Asriel, E. M., Prabowo, S. P. P., Syafriyal, A. A., Muddin, I. N., & Turmudi, H. (2023). PERAN MAHASISWA DALAM PEMBANGUNAN DESA MELALUI KULIAH KERJA NYATA TEMATIK DI DESA GENTAN SUKOHARJO. 2(3), 292-300.
- Megawati, & Nurfitri. (2023). PERAN MAHASISWA KULIAH KERJA NYATA (KKN) DALAM BIDANG PENDIDIKAN SEBAGAI WUJUD PENGABDIAN DI DESA AIR TERJUN. 2(2), 204-208.
- Santoso, B., Hufad, A., Wahyudin, U., & Inoue, H. (2024). *Digital Literacy Transformation : Digital Marketing Competence for Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs)*. 10(2), 332-342.
- Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., Ernawati, H., & Adiinto. (2022). LITERASI DIGITAL PELAKU UMKM DALAM UPAYA MENCIPTAKAN BISNIS BERKELANJUTAN. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87-103.
- Sunuantari, M., Zarkasi, I. R., Imsar, G., & Farhan, R. M. (2021). *R-TIK Digital Literacy towards Indonesian MSMEs (UMKM) Digital Energy of Asia*. 13(2).
- Suyanti, I., Syambasi, A. K., & Khobir, M. I. (2024). Upaya Pemberdayaan Masyarakat melalui Sosialisasi Literasi Digital Marketing UMKM di Desa Ketodan Kecamatan Jatirogo Kabupaten Tuban. 2(1), 22-26. <https://doi.org/10.55719/as.v2i1.862>
- Zahoor, N., Zopiatis, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159(February), 113755. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113755>