Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

SOSIALISASI DAN LITERASI DIGITAL SEBAGAI SARANA EKONOMI KREATIF

Ahmad Ahyani[1], Dede Majid Said Al-nakhi[2], Nunuk Latifah[3], Remines Cere[4], Shofiyulloh[5], Melinne Maldini Rosady[6]
Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Banten Indonesia
Kota Serang, Indonesia
genturarasy@gmail.com[1], takashi.172005@gmail.com[2], nunuklatifahtkj17@gmail.com[3], ceremini@gmail.com[4], Shopi4121@gmail.com[5], dosen03352@unpam.ac.id[6]

ABSTRAK

Sosialisasi dalam kegiatan PKM ini adalah untuk menghasilkan produk unggulan ekonomi inovatif yang berdampak pada peningkatan ekonomi dan dapat bersaing secara nasional. Sebuah upaya untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis ekonomi kreatif melalui literasi digital termasuk pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pemasaran dan produksi dalam berwirausaha. Pendekatan pendampingan ini menggunakan penelitian tindakan dan transfer ilmu pengetahuan kepada mitra dan pendampingan. Kegiatan ini diikuti oleh 24 siswa MA Darul Anwar dari kelas 11 dan 12. Hasil fisiknya berupa media pemasaran digital, yang mencakup cara mendaftar disalah satu platform *e-commerce* dan bagaimana memasarkan sebuah produk disosial media. Hasil non-fisik dari kegiatan ini mencakup peningkatan literasi digital, teknik konten kreator, keterampilan fotografi produk, dan kemampuan untuk meningkatkan diversifikasi produk. Dengan adanya pengabdian ini diharapkan para siswa mampu menjadi enterpreneur sebagai penggerak ekonomi kreatif yang menerapkan teknologi informasi dan komunikasi.

Kata Kunci : Sosialisasi, literasi bisnis digital, Ekonomi Kreatif

ABSTRACT

The socialization in this Community Service Program (PKM) activity aims to generate innovative flagship economic products that impact economic improvement and can compete nationally. It is an effort to boost the growth of creative economy businesses through digital literacy, including knowledge and skills in marketing and production for entrepreneurship. The mentoring approach utilizes action research and knowledge transfer to the partners, followed by intensive assistance. This activity was participated by 24 students from the 11th and 12th grades of MA Darul Anwar. The tangible outcomes include digital marketing media, which covers how to register on an e-commerce platform and how to market a product on social media. The intangible

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

outcomes of this activity include enhanced digital literacy, content creator techniques, product photography skills, and the ability to increase product diversification. Through this service program, it is hoped that the students will be able to become entrepreneurs who drive the creative economy by applying information and communication technology (ICT).

Keywords: Socialization, Digital Business Literacy, Creative Economy

PENDAHULUAN

Literasi digital telah berkembang dari kemampuan mengakses internet menjadi keterampilan dasar yang diperlukan untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi kreatif dan pasar global. Kesenjangan literasi dengan cara ini merupakan tantangan krusial, terutama dalam keterampilan praktis yang dapat menentukan nilai suatu produk, seperti pembuatan konten visual profesional dan branding produk [2]. Literasi digital telah berkembang dari kemampuan mengakses internet menjadi keterampilan dasar yang diperlukan untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi kreatif dan pasar global. Kesenjangan literasi dengan cara ini merupakan tantangan krusial, terutama dalam keterampilan praktis yang dapat menentukan nilai suatu produk, seperti pembuatan konten visual profesional dan branding produk. Kurangnya kesadaran mengenai penggunaan platform digital dan teknik presentasi visual yang efektif pada UMKM lokal mengakibatkan produk mereka dijual dengan harga berlebihan di pasar tradisional. Karena itu, program pengabdian yang fokus pada peningkatan literasi digital secara praktis, yang dapat mengubah literasi konvensional menjadi literasi digital, merupakan alat strategis untuk mendidik masyarakat agar tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga produsen unggul di era digital.

Kenyataannya, pengembangan ekonomi kreatif di lapangan masih menghadapi tantangan fundamental. Riandi, dkk. menyoroti bahwa langkah paling sulit adalah mengubah pola pikir masyarakat dari sekadar konsumen pasif menjadi kreator konten yang produktif sehingga mereka dapat memonetisasi kreativitas mereka. Mengingat itu membuat transformasi ini juga membutuhkan penguasaan keterampilan teknis yang adaptif. Seperti hasil penelitian Nugraha dan Pratiwi yang membuktikan bahwa keterbatasan alat tidak lagi menjadi alasan karena literasi digital mampu membuat pelaku usaha mendapatkan peluang mempekerjakan fotografi smartphone yang maksimal sehingga menghasilkan visual branding yang layak profesional tanpa modal yang begitu besar. namun kemampuan produksi konten visual sendiri tak cukup jika tak dilakoni dengan marketing yang baik. Menurut Qordhowi, dkk. bahwa di era persaingan pasar yang begitu ketat, penguatan identitas produk tentu dengan melakukan inovasi branding adalah kunci utama bagi daya saing UMKM yang berkelanjutan.

Tujuan dari penelitian ini didasarkan pada latar belakang dan urgensi di atas. Fokus penelitian adalah untuk menggambarkan luaran fisik, yang meliputi media digital untuk pemasaran dan diversifikasi produk, serta luaran non-fisik, yang meliputi peningkatan kemampuan membuat konten kreatif dan produk yang berbeda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik berupa model untuk menerapkan literasi digital dan pengembangan ekonomi kreatif di institusi pendidikan keagamaan. Mereka juga diharapkan dapat memberikan

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

kontribusi praktis dalam mencetak generasi muda yang mandiri dan siap menjadi penggerak ekonomi digital Indonesia.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan di MA Darul Anwar bertempat di Jl. Karang Bolong Jambu Kp. Nangka Beurit Ds.Bantarbaru Cinangka, yang diikuti oleh 24 siswa-siswi kelas 11 dan 12. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM adalah ceramah, diskusi dan praktik. Dalam pelaksanaannya, pelatihan ini dilakukan dengan cara pemberian materi fundamental dalam pengembangan karir dimana diajarkan terkait apa yang perlu dipersiapkan sedari awal, seperti bagaimana cara mengelola bisnis online, bagaimana pemasaran produk yang efektif, cara agar transaksi tetap aman, dan peningkatan daya saing antar kompetitor. Kemudian mereka diberikan kesempatan untuk bertanya kepada perihal materi yang disampaikan. Selain itu juga diakhir acara, siswa-siswi diberikan tayangan berupa video tutorial untuk mendaftarkan akun toko di salah satu aplikasi e-commerce yaitu Shopee, sekaligus praktik langsung membuat tokonya.

Dengan metode kegiatan ini, siswa diharapkan tidak hanya mngetahui hal dasar yang perlu diketahui dalan proses berbisnis, tetapi juga mampu untuk mengelola dan mempertahankan bisnis meskipun pasti akan selalu ada tantangan yang akan dihadapi kedepannya. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan PKM

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Jl. Raya Karang Bolong - Jambu Kp. Nangkabeurit, Kab. Serang - Banten
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Minggu, 12 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama satu hari penuh oleh tim mahasiswa dari Universitas Pamulang dengan tema utama "Literasi Digital Sebagai Sarana Ekonomi Kreatif". Metode yang digunakan adalah penyuluhan yang disampaikan secara interaktif dan sistematis kepada 24 siswa MA Darul Anwar dari kelas 11 dan 12.

Pada sesi pertama, pemateri memberikan pemahaman mendalam tentang strategi literasi bisnis digital, mencakup bagaimana peserta dapat merencanakan, membuat, menjaga, dan mendistribusikan informasi produk mereka secara efektif agar dapat menarik minat konsumen dalam ekosistem digital yang kompetitif. Para peserta juga diberikan pengetahuan penting mengenai dinamika pemasaran digital serta bagaimana menghadapi tantangan dalam mengelola usaha kreatif dengan dukungan teknologi informasi. Selain ceramah, kegiatan juga melibatkan diskusi dan tanya jawab sehingga peserta dapat mengklarifikasi materi yang disampaikan secara langsung. Di akhir sesi, peserta mendapatkan tayangan video tutorial pembuatan akun toko

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

online di platform e-commerce Shopee, sekaligus melakukan praktik langsung untuk membuka toko digital mereka. Pendekatan praktik ini membantu transfer ilmu tidak hanya secara teori, tetapi juga aplikatif dalam dunia nyata sehingga menyiapkan siswa menjadi enterpreneur kreatif yang siap menghadapi tantangan bisnis digital. Keseluruhan kegiatan diharapkan mampu membekali peserta dengan bekal pengetahuan dasar sekaligus keterampilan teknis yang dibutuhkan.



Gambar 2. Tim mahasiswa 1 pematerian Literasi Digital

Evaluasi terhadap tingkat keterserapan materi yang disampaikan menunjukkan hasil yang sangat positif. Peserta tidak hanya mampu menyerap konsep dasar literasi digital dan bisnis online, tetapi juga memperoleh pemahaman praktis melalui pengarahan langsung tentang pembuatan toko online di platform Shopee yang diberikan dalam bentuk video tutorial. Penggunaan media video sebagai alat pembelajaran memberikan gambaran visual yang jelas dan mudah dipahami, sehingga siswa menjadi lebih percaya diri dalam menjalankan langkah-langkah pembuatan dan pengelolaan toko digital. Hasil ini terbukti dari antusiasme peserta dalam praktik langsung yang menunjukkan kemampuan mengaplikasikan ilmu secara nyata.

Selain itu, peningkatan literasi digital peserta terlihat dari kemauan mereka untuk mencoba teknik pemasaran produk secara digital dan meningkatkan diversifikasi produk sebagai respons terhadap tuntutan pasar. Keseluruhan proses pembelajaran dan evaluasi keterserapan ini mengukuhkan bahwa metode pembelajaran yang dipadukan dengan praktik langsung dan tutorial visual sangat efektif dalam mentransfer ilmu kewirausahaan digital di kalangan pelajar.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784



Gambar 3. Tim mahasiswa 2 pematerian cara membuat Akun toko

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat pada dasarnya adalah cara untuk menyalurkan pengetahuan, teknologi, dan kreativitas kepada siswa secara langsung. Melalui kegiatan seperti ini, pengetahuan yang sebelumnya hanya ada di kelas dapat tersebar ke seluruh ruang kelas dan menjangkau wilayah di mana siswa dapat membangun masa depan mereka.

Kegiatan semacam ini dapat membantu siswa mempelajari keterampilan baru, terutama dalam memahami ekonomi, memahami bisnis, dan menggunakan aplikasi belanja online. Dengan pengetahuan ini, mereka tidak lagi sekadar duduk diam sambil menyaksikan dunia bisnis. Mereka bahkan mulai menciptakan peluang baru untuk diri mereka sendiri.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif siswa MA Darul Anwar. Peningkatan keterampilan teknologi digital yang didukung dengan pembelajaran kreatif ternyata dapat mendorong siswa menjadi pelaku bisnis digital yang aktif dan inovatif. Pendekatan metode penelitian tindakan dan pendampingan yang dilakukan secara intensif dan berkelanjutan memungkinkan internalisasi pengetahuan dan praktik kewirausahaan digital dengan baik. Hal ini membuka peluang ekonomi baru sekaligus meningkatkan kemandirian siswa sebagai generasi muda yang mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi.

Program ini tidak hanya memberikan aspek teoritis, tetapi juga aspek aplikatif yang membantu peserta mempersiapkan diri menghadapi tantangan bisnis digital di masa depan. Keberhasilan ini juga menegaskan pentingnya sinergi antara institusi pendidikan, guru, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem yang kondusif untuk pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis literasi digital. Metode pelatihan yang komunikatif dan partisipatif sangat dianjurkan agar pemahaman dan kemampuan teknis siswa bisa terus berkembang secara berkelanjutan.





Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

KESIMPULAN

Program sosialisasi dan literasi digital sebagai sarana pengembangan ekonomi kreatif di MA Darul Anwar berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam bidang bisnis digital dan pemasaran produk kreatif. Literasi digital berperan sebagai kunci untuk membangun generasi muda yang adaptif terhadap kemajuan teknologi dan produktif di sektor ekonomi kreatif. Upaya kooperatif antara sekolah, guru, dan masyarakat sangat diperlukan untuk membangun ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Nasrullah, R. (2021). Literasi digital di era disrupsi: Tantangan dan peluang. J*urnal Komunikasi Digita*l, 5(1), 12–24.

Pratama, A. (2022). Strategi peningkatan literasi digital bagi siswa SMA melalui pembelajaran berbasis proyek. *Jurnal Pendidikan Teknologi,* 9(2), 88–99.

Handayani, S. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi literasi digital. *Jurnal Ilmu Informasi*, 4(3), 101–113.

Rahmawati, D. (2023). Literasi digital dan dampaknya terhadap perilaku belajar generasi Z. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Informasi,* 11(1), 55–67.

Setiawan, R. (2021). Pengaruh literasi digital terhadap kemampuan siswa dalam menggunakan aplikasi e-commerce. *Jurnal Ekonomi Digital,* 3(2), 45–58.

Herlambang, A. (2020). Transformasi digital pada sektor pendidikan: Peluang dan tantangan. *Jurnal Transformasi Teknologi,* 7(1), 77–89.

Siregar, N. (2022). Peran literasi digital dalam meningkatkan keamanan transaksi e-commerce. *Jurnal Keamanan Siber,* 4(2), 34–45.

Kusuma, I. (2021). Dampak penggunaan marketplace terhadap minat wirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi,* 9(2), 120–133.

Firdaus, M. (2023). Pengembangan konten edukasi digital untuk peningkatan literasi siswa. *Jurnal Media Pembelajaran,* 6(1), 15–27.

Astuti, L. (2020). Kesiapan digital pelajar dalam menghadapi pembelajaran berbasis teknologi. *Jurnal Pendidikan Modern,* 8(3), 140–152.

Hakim, R. (2022). Edukasi literasi digital melalui kegiatan pengabdian masyarakat di sekolah menengah. *Jurnal Pengabdian Nusantara,* 5(2), 90–104.

Wibowo, T. (2023). Penggunaan e-commerce sebagai media praktik kewirausahaan bagi siswa SMK. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi,* 4(1), 50–62.

Anjani, S. (2021). Analisis tingkat literasi digital pada remaja pengguna internet aktif. *Jurnal Psikologi Digital*, 12(2), 100–115.

Triana, H. (2025). Turnover Intention and Work-life Balance as Predictors of Employee Performance Satisfaction at Springhill Group. ProBisnis: Jurnal Manajemen, 16(2), 191–195. https://doi.org/10.62398/PROBISNIS.V16I2.

Triana, H., & Yofi, Y. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Omnitech Global Indonesia. Jurnal Ilmiah Swara Manajemen, 1(2), 113–124. https://doi.org/10.32493/jism.v1i2.25615.

Abdurrahim, Abdurrahim, et al.Pengantar Manajemen Dasar. Edited by Fauzy Pratama, Ahmad, Bukuloka Literasi Bangsa, 2025.

Fathurrahman, A. (2023). Upaya peningkatan literasi digital melalui pelatihan berbasis aplikasi mobile. *Jurnal Pelatihan Digital,* 3(1), 22–33.

Yuliani, H. (2022). Penerapan teknologi e-commerce dalam pembelajaran kewirausahaan di sekolah. *Jurnal Pendidikan Bisnis,* 10(2), 66–79.