

## PENGUATAN LITERASI DIGITAL DAN OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING PENGUSAHA SABLON DI DESA CIKASUNGKA, SOLEAR, TANGERANG

Nia Komalasari<sup>1</sup>, Asri Nurhafsari<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Syekh-Yusuf

Email: [anurhafsari@unis.ac.id](mailto:anurhafsari@unis.ac.id)

### Abstract

*This community service aims to provide knowledge regarding digital literacy so that the public can use information technology wisely and responsibly, avoiding being easily influenced by inaccurate news, and protecting themselves from illegal online loan offers. Furthermore, this activity aims to provide additional knowledge and implement digital marketing practices through WhatsApp and TikTok to market screen printing products. By implementing digital marketing, marketing reach will expand, increasing the opportunity for consumers to purchase screen printing products. The method includes focus group discussions (FGDs), outreach, and practical exercises. This activity progresses through preparation, implementation, and evaluation stages. The results of this community service are that participants have a greater understanding and appreciation of the importance of digital literacy to protect the public from the negative impacts of current digital technology. Participants also understand the importance of online loan services (pinjol), emphasizing the need to be vigilant, selective, and not easily tempted by illegal loan offers. Meanwhile, regarding digital marketing, participants expressed enthusiasm for trying digital marketing through WhatsApp and TikTok. Participants are able to manage their stores using WhatsApp Business or their TikTok stores to promote and market their screen-printing entrepreneurs*

**Keywords:** digital literacy, digital marketing, screen printing entrepreneurs

### Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait literasi digital agar masyarakat dapat menggunakan teknologi informasi dengan bijak dan bertanggung jawab sehingga tidak mudah terpengaruh oleh berita yang tidak akurat, serta dapat membentengi diri agar tidak terjerat penawaran pinjol ilegal. Selain itu kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan tambahan dan melaksanakan praktik digital marketing melalui Whatsapp dan Tiktok untuk memasarkan hasil usaha sablon. Dengan melakukan digital marketing ini jangkauan pemasaran akan semakin luas sehingga peluang konsumen untuk membeli produk usaha sablon akan semakin banyak. Metode pelaksanaan berupa FGD, sosialisasi dan juga praktik. Kegiatan ini berjalan melalui tahapan persiapan, tahap pelaksanaan dan juga tahap evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah peserta semakin memahami dan menyadari bahwa literasi digital merupakan hal yang sangat penting agar masyarakat dapat terhindar dari segala dampak negatif teknologi digital saat ini. Peserta semakin memahami terkait layanan pinjaman online (pinjol) bahwa ia harus waspada, selektif dan tidak mudah tergiur oleh tawaran pinjol ilegal. Sementara itu terkait digital marketing peserta merasa antusias untuk mencoba melakukan digital marketing melalui Whatsapp dan Tiktok. Peserta mampu mengelola tokonya dengan menggunakan Whatsapp Business maupun toko yang ada di Tiktok untuk melakukan promosi dan memasarkan usaha sablon.

**Kata kunci :** literasi digital, digital marketing, pengusaha sablon

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia teknologi yang semakin canggih membuat segala sesuatu menjadi mudah, pekerjaan cepat selesai, komunikasi semakin mudah, dan lain sebagainya. Apalagi dengan adanya internet yang dapat dikatakan bahwa dunia seakan berada di genggamannya manusia. Hadirnya internet saat ini membuat semua informasi apapun dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja dan

penyebaran informasinya juga sangat cepat. Manfaat teknologi saat ini memang sangat besar, namun sisi negatif teknologi juga ada sehingga perlu kebijaksanaan dalam menggunakan teknologi agar keamanan dan kenyamanan terjaga. Bijaksana dalam menggunakan teknologi saat ini masuk dalam istilah Literasi Digital.

Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi untuk mengkomunikasikan informasi dengan kecakapan kognitif dan teknis (Adnjani et al., 2021). Literasi digital ini berkaitan dengan kemampuan penggunaannya, kemampuan untuk menggunakan teknologi sebijak mungkin agar dapat menciptakan interaksi dan komunikasi yang positif (Andrian & Watini, 2022). Jadi secara sederhana dapat dikatakan bahwa literasi digital merupakan suatu kemampuan untuk memahami dan menggunakan media digital secara efektif dan bertanggung jawab.

Oleh karenanya pemerintah Indonesia sangat peduli dengan literasi digital sehingga banyak diadakan program-program untuk meningkatkan literasi digital di masyarakat. Pemerintah telah meluncurkan program Literasi Digital Nasional “Indonesia Makin Cakap Digital”. Program ini meliputi pelatihan-pelatihan untuk seluruh masyarakat dengan materi dan kurikulum yang berdasarkan pada pilar-pilar literasi digital yaitu *Digital Skill*, *Digital Ethic*, *Digital Safety*, dan *Digital Culture* (KOMDIGI, 2024) literasi digital ini penting dimiliki oleh masyarakat agar dapat membedakan mana informasi yang benar atau tidak, serta dapat memanfaatkan teknologi digital dengan sebaik mungkin bahkan dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di salah satu desa yang pernah masuk kategori desa miskin ekstrim wilayah Kabupaten Tangerang yaitu Desa Cikasungka. Desa ini merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Solear Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Saat ini pertumbuhan penduduk di desa tersebut semakin tahun semakin meningkat. Selain jumlah penduduk yang meningkat, jumlah pemakaian teknologi seperti komputer dan *handphone* juga sudah menjamur di kalangan semua masyarakat kelas atas maupun kelas bawah. Perkembangan teknologi internet saat ini juga mulai menjamur dikalangan remaja. Perkembangan ini tentunya akan membawa dampak positif dan negatif.

Sebenarnya banyak dampak positif yang bisa dilakukan ketika kita menggunakan internet seperti untuk belajar, usaha promosi, komunikasi jarak jauh dan masih banyak lainnya. Namun dampak yang lebih dominan adalah dampak negatifnya. Banyak generasi-generasi muda yang memanfaatkan teknologi internet hanya untuk memperoleh kesenangan pribadi mulai dari menggunakan facebook, instagram, tiktok, aplikasi chatting, permainan game online dan berbagai

sosial media lainnya. Penggunaan internet sangat mempengaruhi perilaku generasi muda saat ini, termasuk perilaku yang negatif seperti berkata kasar, joget-joget yang tidak manfaat, bahkan sampai kecanduan internet. Selain itu efek negatif dari internet ini dapat berupa *cyber bullying*, penyebaran *hoax*, kehilangan privasi, adanya penipuan, atau sampai terjat pinjaman online.

Seiring berkembangnya teknologi saat ini jasa pinjaman online (pinjol) juga semakin banyak tersedia dan menawarkan segala kemudahan bagi penerima pinjaman. Masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan fasilitas pendanaan bahkan di luar perusahaan perbankan resmi, salah satunya melalui penyedia jasa pinjaman online (Rahmiyanti et al., 2024). Dari kemudahannya itu, banyak orang tergiur untuk bisa mendapatkan uang pinjaman lebih cepat dan mudah melalui pinjol. Namun saat ini banyak penyedia pinjaman online yang tidak terdaftar di OJK sehingga pinjol ini merupakan ilegal. Masyarakat Desa Cikasungka masih sangat minim pengetahuannya terkait literasi digital, sehingga perlu adanya program untuk menambah wawasan terkait literasi digital ini agar tidak terjebak menjadi korban pinjol ilegal.

Oleh karena itu, untuk mendidik para generasi muda dan masyarakat agar memanfaatkan internet dengan baik, kami mengadakan *Focus Grup Discussion (FGD)* dan literasi digital melalui sosialisasi internet yang aman bagi remaja dan warga sekitar Desa Cikasungka. Harapannya dengan adanya kegiatan ini, masyarakat desa Cikasungka termasuk generasi mudanya dapat berselancar secara aman di dunia maya, dan dapat memanfaatkan internet untuk hal-hal yang positif sehingga dapat terhindar dampak negatif yang merugikan masyarakat.

Salah satu hal positif pemanfaatan teknologi digital maupun internet untuk meningkatkan perekonomian masyarakat adalah dengan melakukan promosi usaha atau pemasaran melalui media sosial atau *platform* tertentu agar dapat menjangkau pembeli yang lebih luas, atau biasa disebut *digital marketing*. Digital marketing telah dikenal sebagai sarana yang banyak digunakan dalam bidang pemasaran, hal ini dikarenakan untuk mengimbangi konsumen yang memiliki kemampuan baru di era digitalisasi (Rismaningsih et al., 2023). Menurut (Larasati et al., 2022) digital marketing merupakan suatu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital dengan memanfaatkan berbagai sarana sehingga dapat memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan juga calon konsumen. Sosial media merupakan suatu media komunikasi yang efektif bagi pelaku usaha kepada konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing dan membantu dalam keputusan bisnis (Novia et al., 2023). Namun saat ini masih banyak pelaku usaha yang merasa kesulitan untuk melakukan *digital marketing*.

Hal serupa juga dialami oleh pengusaha sablon di Desa Cikasungka, para pengusaha sablon ini masih belum menggunakan teknologi digital secara optimal untuk memasarkan hasil usahanya. Pemahaman para pengusaha sablon terkait digital marketing masih kurang, sosial media yang dimiliki masih terbatas penggunaannya, yaitu hanya digunakan untuk komunikasi dan untuk mendapatkan hiburan saja. Media sosial yang biasa digunakan oleh masyarakat adalah Whatsapp dan Tiktok, dimana media ini jika dioptimalkan penggunaannya dapat membantu usaha mereka.

Oleh sebab itu, pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cikasungka ini tidak hanya sebatas literasi digital aman saja tetapi juga diadakan pelatihan digital marketing bagi para pengusaha sablon. Pelatihan ini sebagai sarana meningkatkan keterampilan digital marketing bagi para pengusaha sablon. Diharapkan ke depannya para pengusaha sablon ini tetap konsisten melakukan digital marketing agar jangkauan pemasarannya semakin luas sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan berbagai tahapan. Tahapan untuk kegiatan PKM ini meliputi tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan koordinasi antara tim pengabdian dengan mitra, hal ini dilakukan untuk mengurus perijinan, kesepakatan jadwal kegiatan dan juga materi pelatihan serta beberapa peralatan untuk mendukung kelancaran kegiatan PKM. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan yang berupa FGD, sosialisasi dan juga praktik. Materi yang disampaikan adalah literasi digital aman untuk menghindari dampak pinjaman online ilegal dan penyampaian materi tentang digital marketing melalui media Whatsapp dan juga Tiktok. Tahap selanjutnya adalah evaluasi, tahap ini dilakukan dengan diskusi bersama peserta untuk melihat sejauh mana peserta sudah memahami materi yang disampaikan oleh narasumber.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertempat di kediaman Bapak Ebit, Ketua RT 025 RW 007 Kampung Ranca Peuteuy Desa Cikasungka dengan dihadiri oleh para remaja dan pengusaha sablon sekitar desa tersebut. Kegiatannya adalah penyampaian materi literasi digital aman untuk menghindari dampak pinjaman online dan penyampaian materi tentang digital marketing yang diakhiri dengan tanya jawab. Berikut ini adalah uraian kegiatannya.

## 1. FGD dan Sosialisasi terkait Literasi Digital

Pada kegiatan ini pelaksana melakukan FGD dan sosialisasi terkait penggunaan internet. Penyampaian materi kepada peserta yang meliputi pengertian internet, bagaimana internet itu bekerja, internet dan dampaknya baik itu dampak positif maupun negatif, literasi digital, literasi digital aman dan Undang-undang literasi digital aman, perilaku aman di internet, alat bantu berinternet, tips-tips berliterasi digital yang aman.



Gambar 1. FGD dan sosialisasi

Selain itu dalam penyampaian materi internet yang aman juga diberikan materi terkait pinjol (pinjaman online) agar remaja dan warga dapat lebih waspada terhadap pinjol yang merugikan. Kegiatan Literasi Digital di Kampung Ranca Peuteuy Desa Cikasungka diawali dengan menyampaikan materi agar mereka mampu memahami cara kerja pinjaman *online* berdasarkan hukum, agama dan media sosial. Penjelasan materi secara tatap muka tetap diperlukan untuk memberi pemahaman kepada remaja dan juga warga tentang apa itu pinjaman online (pinjol), dasar hukumnya, dan cara menyikapi jika mendapat penawaran pinjaman online. Sosialisasi ini melihat pinjaman online dari 3 aspek yaitu hukum, media sosial dan juga aspek agama.

Masyarakat yang ingin mengajukan pinjaman melalui online harus aktif mencari informasi dan memahami terkait legalitas perusahaan atau penyedia jasa Pinjaman online. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai lembaga yang bertugas untuk mengatur dan juga mengawasi segala hal yang ada pada sektor jasa keuangan di Indonesia juga mengatur terkait pinjaman online (pinjol). Peraturan tentang pinjol ini tertuang dalam Peraturan OJK terbaru Nomor 40 Tahun 2024 dimana ini menggantikan peraturan lama yaitu POJK Nomor 10/POJK.05/2022 Tahun 2022. Peraturan OJK terbaru ini Tentang Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (LPBBTI). Layanan ini merupakan penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan

pemberi dana dengan penerima dana dalam melakukan pendanaan baik secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan internet (OJK, 2024).

Pada pengajuan pinjaman online ini ada perjanjian yang harus dibuat agar para pihak bisa memahami hak dan kewajibannya selama proses pinjam meminjam. Perjanjian yang dibuat yakni perjanjian yang dapat mengikat kedua belah pihak (peminjam dan pemberi pinjaman) dimana mereka sepakat untuk mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian pinjam meminjam atau perjanjian kredit (Astutik et al., 2024). Seringnya dalam perjanjian secara elektronik ini tidak memuat ketentuan-ketentuan perjanjian yang lengkap, bahkan ada hal yang dapat merugikan bagi peminjam. Selain itu dalam transaksi pinjaman online, memang adanya perjanjian meskipun kedua belah pihak tidak bertemu secara langsung, peminjam biasanya hanya melakukan dan menyetujui apa yang diperintahkan aplikasi pinjol tersebut. Hal ini tentu akan menimbulkan masalah ke depannya. Oleh karena itu sebelum memutuskan untuk mengajukan dana pinjaman secara online, peminjam harus memperhatikan kriteria maupun ketentuan yang termuat dalam aplikasi perjanjian, agar peminjam bisa mempelajari dan memahami perjanjian tersebut sehingga tidak akan merugikan peminjam. Hal-hal penting yang perlu menjadi pertimbangan bagi peminjam ketika akan melakukan pengajuan pinjol adalah harus melihat ketentuan terkait bunga yang tinggi, denda keterlambatan, tenggang waktu pinjaman, bagaimana proses penagihannya dan lain sebagainya.

Selain aspek hukum, materi lain yang disampaikan adalah pinjaman *online* dilihat dari aspek media sosial. Dari aspek ini perlu adanya literasi digital terkait keuangan digital seperti pinjol. Media sosial merupakan wadah untuk berekspresi, berpartisipasi dan berbagi segala informasi di dunia maya. Media sosial ini menjadi sarana bagi penyelenggara pinjaman online untuk memberikan penawaran-penawaran pinjaman yang menggiurkan sehingga dapat membuat masyarakat tergoda untuk mengambil pinjaman yang ditawarkan. Hingga saat ini masih banyak masyarakat yang belum bijak dalam menggunakan media sosialnya sehingga mudah untuk tertipu pinjol. Oleh karenanya literasi digital ini penting untuk dilakukan agar masyarakat bisa memilah dan memilih informasi yang tersedia apakah benar atau tidak, tidak mudah tergiur pada penawaran-penawaran yang ada di internet, serta mampu bertindak secara bijak ketika terkena kejahatan digital.

Pada aspek agama, secara hukum Islam diperbolehkan untuk pinjam meminjam, sebagai sikap saling membantu antar sesama. Yang tidak diperbolehkan adalah saat transaksi ini disertai dengan riba. Riba merupakan biaya tambahan di luar pokok pinjamannya, dan ini diharamkan

dalam Islam. Pinjaman online ada yang memandang haram ada juga yang membolehkannya. Pinjol dikatakan haram karena adanya unsur riba, bunga yang tinggi, adanya ancaman jika peminjam tidak melakukan pembayaran dan lainnya. Sementara itu pandangan yang memperbolehkan pinjaman online karena dapat membantu dan memberikan kemudahan diantara kedua pihak tanpa harus bertemu secara langsung, dan aturan pinjam meminjamnya sesuai dengan syariat islam.

## 2. Pelatihan *Digital Marketing*

Pelaksanaan pelatihan digital marketing bagi pengusaha sablon Desa Cikasungka menggunakan Whatsapp dan Tiktok. Kedua aplikasi ini dipilih dengan pertimbangan masyarakat lebih familiar bahkan sudah banyak digunakan sehari-hari. Oleh karena itu dalam pelaksanaan pelatihan digital marketing sebenarnya tidak memerlukan pendekatan yang khusus, karena pada dasarnya masyarakat sudah memiliki pengalaman yang memadai dalam menggunakan teknologi (Faruq et al., 2024). Dengan pengalaman yang dimiliki, pengusaha sablon dapat dengan mudah beradaptasi dan mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mempromosikan hasil usaha sablonnya.

Sebelum para peserta mendapatkan pelatihan untuk menggunakan WhatsApp dan TikTok sebagai media dalam pemasaran, narasumber memberikan materi-materi yang relevan terkait digital marketing. Materi-materi yang disampaikan antara lain meliputi Pengenalan tentang *Digital Marketing*. Dalam materi ini dibahas terkait Pengetahuan *Core Business* dari usaha sablon, bagaimana cara untuk memahami target pasar produk usaha sablon, membangun *brand awareness* yang tepat dan kuat, cara-cara untuk menarik calon konsumen untuk melakukan transaksi, cara menjaga konsumen agar melakukan repeat order dan agar konsumen memiliki loyalitas tinggi terhadap produk usaha sablon. Materi-materi ini sangat diperlukan sebagai dasar untuk para pengusaha sablon melakukan digital marketing. Hal ini sejalan dengan pendapat (Rahsel et al., 2024) bahwa pelaku usaha harus memiliki pemahaman dan keterampilan yang mumpuni dalam mengelola konten digital yang menarik untuk digital marketing, tanpa hal itu pelaku usaha akan menghadapi kesulitan dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Pada sesi ini peserta mendapatkan materi terkait digital marketing, dimana media digital yang digunakan yaitu Whatsapp (WA) dan Tiktok. Strategi pemasaran online yang dilakukan dengan menggunakan media sosial berupa Whatsapp, peserta harus sudah mendaftarkan suatu nomor telepon untuk memiliki akun. Semua peserta telah memiliki WA dan memang sudah menggunakannya untuk komunikasi. Namun, untuk melakukan pemasaran peserta disarankan untuk

menggunakan Whatsapp Business. Pada akun Whatsapp ini digunakan untuk menyimpan data-data konsumen yang sudah pernah membeli produk dari hasil usaha sablon.

Pada akun media sosial tiktok ini digunakan sebagai penjualan satuan atau eceran untuk para pengusaha sablon. Sebelum melakukan *live streaming* pada aplikasi Tiktok, ada beberapa tahapan yang perlu disiapkan. Tahapan tersebut antara lain mempersiapkan alat sablon, plastik gambar sablon, mengatur pencahayaan untuk pengambilan gambar, mempersiapkan *background* untuk dihias semenarik mungkin agar orang tertarik dan tetap mau menonton *live streaming*, serta persiapan internet yang baik dimana koneksi internet harus stabil dan lancar agar pada saat *live streaming* berjalan dengan lancar tanpa gangguan.



Gambar 2. Pengenalan Digital Marketing

### 3. Praktik Digital Marketing

Praktik digital marketing dengan media Whatsapp secara sederhana dapat dilakukan dengan menggunakan story Whatsapp. Story WA ini digunakan untuk memberitahu konsumen tentang segala macam produk yang dihasilkan dari sablon maupun proses penyablonan. Penjualan melalui story WA dapat menunjukkan proses pemasaran yang bertujuan untuk memberitahu customer tentang produk sablon yang siap dijual. Selain itu, untuk lebih ke arah profesional, digital marketing dengan Whatsapp ini dilakukan dengan menggunakan akun bisnis. Peserta diminta menginstal aplikasi Whatsapp Business dan melakukan registrasi dengan menggunakan nomor telepon agar memiliki akun bisnis dan melakukan aktivasi Whatsapp Business tersebut. Peserta diberikan penjelasan fitur-fitur penting yang ada di Whatsapp Business dan cara menggunakannya seperti

profil, label pesan, katalog, pesan otomatis, statistik pesan, enkripsi end-to-end, integrasi dengan platform lain.

Pada akun bisnis tersebut, peserta dapat membuat katalog dan mengisinya dengan gambar atau foto produk yang akan dijual, cantumkan nama produk tersebut, informasikan harganya dan berikan deskripsi pada setiap produk sehingga katalognya lebih menarik. Pemilik toko dapat mengatur katalog yang berisi produk-produk tersebut, kemudian mengaturnya atau membagi dalam beberapa kategori lagi sehingga memudahkan calon konsumen untuk mencari produk yang akan dibeli. Selain itu pesan otomatis yang ada pada akun bisnis ini sangat berguna untuk menjaga komunikasi antar penjual dan pelanggan, jadi meskipun di luar jam operasional dapat diatur pesan otomatisnya.

Di samping menggunakan Whatsapp, digital marketing juga dapat dilakukan dengan media TikTok. Untuk menggunakan aplikasi Tiktok peserta diharuskan memenuhi beberapa persyaratan. Persyaratan tersebut antara lain peserta memiliki akun TikTok, dan juga harus memiliki kartu identitas berupa KTP atau Paspor. Pertama, peserta yang belum memiliki akun Tiktok harus segera melakukan registrasi akun Tiktok. Kemudian para peserta dihibau membuka aplikasi TikTok untuk mengecek dan memastikan bahwa akun TikTok peserta telah aktif dan tidak ada yang melanggar ketentuan-ketentuan yang berlaku di TikTok. Langkah berikutnya peserta dihibau untuk menginstal aplikasi TikTok Seller Center. Setelah aplikasi tersebut terinstal di masing-masing *handphone* peserta, mereka dihibau untuk membuka TikTok Seller Center dan dapat masuk (*log in*) dengan menggunakan akun TikTok yang mereka miliki. Tahapan selanjutnya peserta melakukan registrasi dengan memasukkan data-data terkait toko, dan menyertakan unggahan kartu identitas agar mendapatkan kode verifikasi untuk melakukan validasi terhadap akun Tiktok Seller Center yang dibuat. Peserta perlu menautkan antara toko di Tiktok Seller Center dengan akun Tiktok mereka. Apabila berhasil dalam menautkan toko ke akun, maka pada profil Tiktok mereka akan terlihat icon keranjang. Adanya icon keranjang ini menunjukkan bahwa pemirsa dapat berbelanja di toko Tiktok peserta melalui akun Tiktoknya.

Setelah toko berhasil dibuat dan divalidasi, peserta diajarkan cara untuk memasukkan produk ke dalam toko Tiktok. Produk yang ditambahkan ke etalase toko Tiktok ini akan diverifikasi oleh pihak Tiktok agar produk tersebut tidak melanggar ketentuan yang ditetapkan. Apabila produknya lolos verifikasi, maka produk tersebut muncul di katalog toko dan terlihat oleh pemirsa. Sedangkan produk yang tidak lolos verifikasi akan dianalisa agar mengetahui mana yang perlu diperbaiki. Para peserta yang telah berhasil memiliki akun penjual/toko di aplikasi Tiktok Seller

Center dapat mengecek semua transaksi yang terjadi di akun toko peserta. Status setiap transaksi penjualan dikategorikan berdasarkan progress, belum dibayar, diproses penjual, diambil kurir, dalam pengiriman, hingga pesanan sudah sampai di tangan konsumen. Peserta juga dapat melakukan *live streaming* di Tiktok ini untuk memasarkan produknya sehingga dapat menjangkau banyak orang.



Gambar 3. Praktik digital marketing dengan tiktok dan whatsapp

Peserta merasa senang dan terlihat antusias saat melakukan praktik digital marketing melalui Whatsapp dan Tiktok. Selama ini media sosial yang hanya digunakan untuk komunikasi dan hiburan kini dapat menjadi media promosi usaha sablon mereka. Sebenarnya hal ini dapat berjalan lancar karena pada dasarnya masyarakat sudah familiar menggunakan media sosial ini hanya saja belum secara optimal dimanfaatkan untuk pemasaran usahanya. Dengan adanya pelatihan ini para pengusaha sablon di Desa Cikasungka dapat menjalankan digital marketingnya secara lebih optimal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

## **PENUTUP**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Cikasungka dengan mengadakan FGD dan sosialisasi terkait literasi digital, serta pelatihan digital marketing untuk mengoptimalkan media promosi usaha sablon telah berjalan baik, peserta terlibat secara aktif dan terlihat antusias dalam mengikuti kegiatan ini. Para peserta telah mendapatkan pengetahuan terkait literasi digital sehingga mengetahui bagaimana menggunakan internet ataupun teknologi secara bijak, tahu informasi yang benar atau tidak dan lebih waspada terhadap tawaran-tawaran pinjaman online sehingga tidak terjebak oleh jeratan pinjol ilegal.

Selain itu pada kegiatan PKM dengan materi digital marketing, peserta khususnya pengusaha sablon telah memahami materi yang disampaikan, terlihat bahwa peserta membuat akun

tiktok dan membuat toko di Tiktok Seller Center, mengelola Whatsapp Business, dan mengupload konten pada Story Whatsapp maupun Tiktok. Dampak pemanfaatan digital marketing ini berpengaruh dalam memperluas jangkauan pemasaran hasil usaha sablon sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan perekonomian warga Desa Cikasungka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnjani, M. D., Kurdaningsih, D. M., & Mulyadi, U. (2021). *Pendampingan Literasi Digital Kampung KB RW 2 Kelurahan Gedawang Banyumanik Kota Semarang*. 24(2), 167–175.
- Andrian, D., & Watini, S. (2022). “Implementation of School TV Based on Digital Literacy at Sushrusa Denpasar Barat Hearing-Impaired Kindergarten.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1181–1186. <http://jiip.stkipyapisdompnu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/543>
- Astutik, S., Farida, Zulaika, & Subekti. (2024). Literasi Digital Tentang Pinjol Aman ke Kelompok Pengajian GCA Surabaya Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat English Title: Digital Literacy about Safe Online Loan for Praying Community GCA Surabaya. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 8(2), 165–175. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Faruq, U., Subairi, S., Mubarak, R., Rachman, T. H., & Alif, S. (2024). Optimalisasi Tiktok Dan Whatsapp Business: Pelatihan Digital Marketing Untuk Tingkatkan Penjualan Pengrajin Batik Di Desa Klampok. *PENA DIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 52–67. <https://doi.org/10.33474/penadimas.v3i1.25033>
- KOMDIGI. (2024). Pemerataan Literasi Digital. <https://www.komdigi.go.id/Transformasi-Digital/Masyarakat-Digital/Detail/Pemerataan-Literasi-Digital> .
- Larasati, T. A., Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *Solusi*, 20(4), 397–402. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i4.6055>
- Novia, C., Aida, S., Zahro, D. A., & Lailiyah, A. (2023). PKM Pendampingan Literasi Digital dan Optimalisasi Digital Marketing sebagai Media Promosi Keripik Pisang. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 4(3), 286–304. <https://doi.org/10.33650/guyub.v4i3.7068>
- OJK. (2024). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2024 Tentang Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi*. 1–217.
- Rahmiyanti, S., Marheni, M., Fahrunnisa, V., Zakaria, M. R., Mahardika, C., & Maghfiroh, S. (2024). Penyuluhan Interaktif Literasi Keuangan Guna Mencegah Jebakan Pinjaman Online Ilegal. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(3), 456. <https://doi.org/10.33394/jpu.v5i3.12247>
- Rahsel, Y., Waziana, W., Saputra, R. H., Pratomo, P. A., Suprpto, B., & Muharni, S. (2024). Pelatihan dan pendampingan optimalisasi konten produk berbasis artificial intelligence pada komunitas umkm natar. *Batara Wisnu Journal: Indonesian Journal of Community Services*, 4(3), 610–620. <https://doi.org/10.53363/bw.v4i3.279>
- Rismaningsih, F., Nurhafsari, A., Syafira, F., & Arum, M. S. (2023). Pelatihan Pemasaran Online Hasil Diversifikasi Olahan Lele Di Desa Tegal Kunir Kidul, Kabupaten Tangerang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 416–423. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2461>