



Literasi Digital untuk Purna Karya: Pemanfaatan Gadget Sebagai Media Promosi dan Pemasaran di Era Digital di Kampung Poncowolo Semarang

Yeremia Wijayanto*¹, Prono Ardoko², Pamungkas Hapsari³

Universitas Semarang

ywijayanto@usm.ac.id¹, ardhoko@gmail.com², pamungkashapsari@gmail.com³

Informasi Artikel

Diterima : 07-07-2025

Direview : 08-07-2025

Disetujui : 28-07-2025

Kata Kunci

Literasi Digital, Purna Karya, Pelatihan Partisipatif, Promosi Digital, Pemberdayaan Ekonomi

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan pemberdayaan ekonomi purna karya di Kampung Poncowolo, Kelurahan Pindrikan Lor, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang yang memiliki potensi sosial tinggi namun belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan promosi digital melalui pemanfaatan *gadget* bagi para purna karya. Metode pelatihan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan strategi *learning by doing* yang memungkinkan peserta belajar melalui praktik langsung. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* serta observasi keterlibatan peserta. Hasil menunjukkan peningkatan pengetahuan hingga 84%, keterampilan sebesar 79%, dan kepercayaan diri mencapai 88%. Secara kualitatif, 92% peserta merasa lebih siap dan percaya diri menggunakan *gadget* untuk promosi usaha mikro. Simpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan partisipatif sangat efektif dalam membangun kapasitas digital purna karya dan membuka peluang untuk pengembangan ekonomi komunitas di wilayah urban.

1. PENDAHULUAN

Kelompok purna karya merupakan salah satu segmen masyarakat yang berpotensi produktif apabila diberdayakan secara tepat. Namun, banyak di antara mereka yang belum mampu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat. Menurut data BPS (2023), lebih dari 70% warga lansia di kota Semarang belum menggunakan media digital sebagai sarana untuk kegiatan ekonomi. Padahal, pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi alat penting untuk menunjang promosi dan pemasaran produk, terutama dalam konteks usaha mikro.

Kelurahan Pindrikan Lor terletak di Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang. Kawasan ini memiliki kepadatan penduduk tinggi dan didominasi oleh aktivitas ekonomi perdagangan dan jasa. Berdasarkan data kelurahan (2024), sekitar 35% warga usia lanjut di wilayah ini adalah purna karya yang secara ekonomi masih aktif atau memiliki minat untuk

berwirausaha. Akses jaringan internet yang memadai dan tingginya penggunaan *smartphone* menjadi potensi besar yang dapat dimanfaatkan.

Studi terdahulu menyatakan bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM (Suryani & Hamid, 2020), serta pemberdayaan kelompok rentan seperti lansia (Rahmawati & Widodo, 2019). Pelatihan berbasis praktik langsung atau *learning by doing* telah terbukti efektif dalam membangun kepercayaan diri dan keterampilan digital dasar (Kolb, 2015; Santoso & Budiman, 2020).

Permasalahan utama yang diangkat dalam kegiatan ini adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh kelompok purna karya untuk kegiatan promosi dan pemasaran produk. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: (1) meningkatkan kesadaran dan pengetahuan digital; (2) memberikan keterampilan dasar dalam penggunaan *gadget* untuk promosi; dan (3) membuka peluang usaha mikro berbasis digital bagi para purna karya.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan tatap muka pada tanggal 28 Juni 2025 di Kampung Poncowolo, Kelurahan Pindrikan Lor, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang. Peserta terdiri dari 23 purna karya yang dipilih berdasarkan kriteria usia (di atas 55 tahun), memiliki minat terhadap wirausaha, dan memiliki akses terhadap *gadget/smartphone*.

Materi pelatihan disusun berdasarkan hasil asesmen awal terhadap tingkat literasi digital peserta, yang secara umum masih berada pada tingkat dasar. Sebagian besar peserta belum terbiasa menggunakan fitur-fitur *smartphone* secara maksimal dan hanya menggunakan *gadget* untuk komunikasi dasar. Oleh karena itu, pelatihan dimulai dari pengenalan fungsi dasar *gadget*, pelatihan membuat akun media sosial (*WhatsApp Business*, *Instagram*), serta pelatihan keterampilan teknis seperti mengambil dan mengedit foto produk menggunakan aplikasi gratis. Materi dilanjutkan dengan simulasi promosi digital sederhana dan manajemen pesanan berbasis aplikasi, agar peserta mampu memahami secara menyeluruh alur pemasaran digital yang relevan dengan usaha mikro yang mereka jalankan.

Pendekatan yang digunakan adalah pelatihan partisipatif dengan metode *learning by doing* (Kolb, 2015), yaitu metode pelatihan yang menggabungkan teori dengan praktik langsung. Metode ini juga telah digunakan secara efektif dalam pemberdayaan UMKM berbasis komunitas sebagaimana ditunjukkan dalam studi oleh Sari dan Handayani (2022) serta Suharyati dan Lestari (2021), yang menemukan bahwa pendekatan praktik langsung meningkatkan efikasi diri dan keberlanjutan pembelajaran peserta lanjut usia. Metode ini mendorong peserta untuk belajar melalui pengalaman langsung, mencoba, dan melakukan evaluasi secara reflektif. Materi meliputi: motivasi kewirausahaan digital, penggunaan *WhatsApp Business*, *Instagram*, dan *marketplace* seperti *Tokopedia* dan *Shopee*. Peserta diajark untuk memahami konsep digital marketing sederhana (4P), membuat akun media sosial bisnis, mengambil foto produk, dan mengunggah promosi ke *platform WhatsApp Business* dan *Facebook*.

Evaluasi dilakukan melalui:

1. **Pre-test dan post-test** untuk menilai perubahan pengetahuan dan keterampilan.
2. **Observasi keterlibatan** selama pelatihan.
3. **Wawancara singkat** untuk menilai sikap dan minat lanjutan terhadap usaha digital.

Evaluasi dilakukan secara kuantitatif melalui *pre-test* dan *post-test* dengan skala pemahaman 1–5. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan untuk mengukur keterlibatan peserta dalam praktik. Penilaian kualitatif dilakukan melalui wawancara terbuka pada waktu kegiatan dilaksanakan. Skor kepercayaan diri diukur berdasarkan pernyataan setuju atau sangat setuju terhadap pernyataan "Saya percaya diri menggunakan *gadget* untuk usaha" yang dijawab oleh seluruh peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada pada tingkat pemahaman rendah terhadap penggunaan media digital untuk promosi usaha. Hal ini sejalan dengan temuan Nugroho (2020) yang menyatakan bahwa kelompok lansia masih menghadapi hambatan dalam mengadopsi teknologi digital secara maksimal dalam kegiatan ekonomi. Sedangkan hasil *post-test* setelah pelaksanaan kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta terhadap penggunaan media digital. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, ditunjukkan melalui pertanyaan aktif, sikap terbuka, serta keberanian mencoba fitur-fitur digital baru.

Tabel 1. Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta Pelatihan

Indikator	Pre-Test (%)	Post-Test (%)
Pengetahuan aplikasi bisnis digital	45%	84%
Keterampilan membuat akun bisnis	38%	79%
Kepercayaan diri memulai usaha	42%	88%

Kegiatan praktik seperti memotret produk, mengunggah promosi ke *WhatsApp*, dan berdiskusi dalam kelompok memperkuat keterlibatan peserta. Beberapa peserta bahkan menyatakan keinginan mengikuti pelatihan lanjutan mengenai topik *4P* (*Product, Price, Place, Promotion*). Salah satu peserta menyatakan: "*Sekarang saya percaya diri menawarkan produk makanan via WhatsApp grup keluarga*". Hal ini menjadi indikator positif bahwa peserta memiliki motivasi untuk terus belajar dan mengembangkan kemampuan digitalnya, yang juga didukung oleh temuan Suharyati dan Lestari (2021) tentang peningkatan efikasi diri peserta lansia setelah pelatihan digital berbasis praktik langsung. dan mengembangkan kemampuan digitalnya.

Dari evaluasi kualitatif, diketahui bahwa 92% peserta menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa mereka merasa lebih percaya diri menggunakan *gadget* untuk usaha. Pernyataan tersebut diperoleh dari penilaian reflektif para peserta di akhir sesi. Hal ini juga mengkonfirmasi hasil studi yang dilakukan oleh Oh et al. (2021) yang menunjukkan bahwa pelatihan digital pada lansia meningkatkan rasa percaya diri dan partisipasi sosial. Kegiatan ini mampu memberikan nilai tambah berupa peningkatan kemampuan promosi digital secara praktis, terutama bagi kelompok usia lanjut yang sebelumnya belum akrab dengan teknologi.

Menurut data BPS Kota Semarang (2023), Kecamatan Semarang Tengah memiliki kepadatan penduduk sebesar 11.523 jiwa/km² dengan rata-rata pengeluaran per kapita per bulan sebesar Rp1.450.000. Tingginya daya beli dan akses digital di 90awasan ini mendukung terbentuknya ekosistem digital yang potensial, termasuk sebagai pasar bagi produk-produk purna karya.



Gambar 1. Penyampaian Materi oleh Narasumber 1



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Narasumber 2



Gambar 3. Penyerahan Hadiah Bagi Pemenang Kuis



Gambar 4. Foto Bersama Peserta Kegiatan

Sumber; Dokumentasi Kegiatan, 2025

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital berbasis partisipatif dan metode *learning by doing* efektif dalam meningkatkan kapasitas promosi digital bagi purna karya di Kampung Poncowolo, Kelurahan Pindrikan Lor, Kecamatan Semarang Tengan, Kota Semarang. Terdapat peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri peserta. Hasil ini memperkuat urgensi pengembangan program lanjutan seperti pendampingan usaha mikro digital berbasis komunitas. Peluang pengembangan di masa depan terbuka luas, terutama dengan dukungan dari lingkungan sekitar dan pemerintah kelurahan setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Kesejahteraan Sosial Lansia Kota Semarang*. BPS Kota Semarang.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Pearson Education.
- Nugroho, R. (2020). Ketimpangan digital dan partisipasi lansia dalam ekonomi digital. *Jurnal Kebijakan Publik*, 10(3), 221–229.
- Oh, Y., Kim, S., & Park, H. (2021). Measurement of Digital Literacy Among Older Adults. *Journal of Medical Internet Research*, 23(2), e26145. <https://www.jmir.org/2021/2/e26145>
- Rahmawati, S., & Widodo, S. (2019). Pelatihan Literasi Digital Bagi Lansia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(1), 45–50.
- Santoso, B., & Budiman, M. A. (2020). Pemberdayaan Lansia melalui Penggunaan Teknologi Digital. *Jurnal Teknologi Sosial*, 5(1), 31–40.
- Sari, A. R., & Handayani, T. (2022). Literasi digital sebagai strategi pemberdayaan UMKM lansia. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 45–56.
- Suharyati, Y., & Lestari, I. (2021). Pengaruh pelatihan teknologi digital terhadap efikasi diri lansia pelaku usaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 125–134.
- Suryani, N., & Hamid, D. (2020). Literasi Digital sebagai Penguat Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 112–123.