

Literasi Ekonomi Terhadap Digitalisasi Produk

Muhammad Hafizh Suryadi P^{a,1}, Davi Larsen Andrean^{b,2}, Muhammad Rayhan A^{c,3}, M. Ade Rangga^{d,4}

^{abcd}Progam Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang

¹hafizhputra2708@gmail.com; ²davilarsen@gmail.com ; ³laurancecorez@gmail.com ;

⁴aderangga@gmail.com

*hafizhputra2708@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi ekonomi terutama kepada siswa-siswi Sekolah Menengah Pertama (SMP) dalam menghadapi era digital, khususnya terkait dengan digitalisasi produk. Di tengah pesatnya dan juga perkembangan teknologi, pemahaman mengenai ekonomi digital menjadi penting dikenalkan sejak dini, agar generasi muda mampu berpikir kritis, kreatif, dan adaptif dalam dunia kewirausahaan. Kegiatan ini difokuskan pada pelatihan dasar tentang literasi ekonomi, manajemen keuangan sederhana, pengembangan ide kreatif, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk. Metode yang kami gunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan simulasi pembuatan konten produk digital melalui media sosial. Siswa-siswi diberikan kesempatan untuk menciptakan dan memikirkan ide apa untuk produk sederhana dan mempresentasikan strategi pemasarannya secara digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep ekonomi dasar dan keterampilan digital praktis. Selain itu, program ini berhasil menumbuhkan minat kewirausahaan di kalangan pelajar, terutama pada bisnis digital produk dan menanamkan sikap inovatif serta mandiri. Kegiatan ini dapat diharapkan menjadi fondasi awal dalam membentuk generasi muda yang kreatif, melek ekonomi dan siap menghadapi tantangan era digital, serta turut mendorong terbentuknya ekosistem pada Pendidikan, yang dimana mendukung literasi ekonomi digital sejak jenjang pendidikan dasar.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi; Digitalisasi Produk; Peluang Usaha; Generasi Z:

Abstract

This community service activity aims to enhance economic literacy, especially for junior high school (SMP) students, in facing the digital era, particularly concerning product digitalization. Amidst rapid technological advancements, understanding the digital economy is crucial to introduce early, enabling the younger generation to think critically, creatively, and adaptively in the world of entrepreneurship. The activity focuses on basic training in economic literacy, simple financial management, creative idea development, and the utilization of digital technology for product marketing. We use interactive lectures, group discussions, and simulations of creating digital product content through social media. Students get the chance to create and conceptualize simple products, then present their digital marketing strategies. The results show an increase in participants' understanding of basic economic concepts and practical digital

skills. Furthermore, this program successfully fostered an interest in entrepreneurship among students, especially in digital product businesses, and instilled innovative and independent attitudes. This activity is expected to be an initial foundation for shaping a creative, economically literate younger generation ready to face the challenges of the digital era. It also aims to encourage the formation of an educational ecosystem that supports digital economic literacy from the basic education level.

Keyword: Economic Literacy; Product Digitalization; Business Opportunities; Generation Z

PENDAHULUAN

Pemasaran digital merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran itu sendiri. Salah satu karakteristik utama dari pemasaran digital adalah adanya peningkatan interaktivitas antara konsumen dan pelanggan. Pemasaran digital memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap volume penjualan dan peningkatan keuntungan yang diperoleh pelaku UMKM. Melalui strategi ini, tidak hanya pangsa pasar yang diperluas, tetapi juga jangkauan omset penjualan.

Pemasaran digital menggunakan berbagai media digital sebagai salah satu bentuk implementasinya. Selain dalam bidang pemasaran, media digital juga mulai banyak dikembangkan dalam berbagai bidang lain, seperti pengelolaan keuangan, penjualan melalui marketplace, sumber daya, penjadwalan, dan sebagainya. Muhardono mengungkapkan bahwa pelatihan pemasaran digital sangat penting bagi pelaku bisnis, terutama yang berkaitan dengan marketplace.

Kegiatan UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia dan menjadi kunci masa depan pembangunan ekonomi di negara ini, berkat kemampuan para UMKM

untuk terus berinovasi dan berkembang. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menyatakan bahwa kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) mencapai 60,5% dan menyerap 96,9% tenaga kerja di Indonesia. Heru Irianto, Arey Dela Viesta, Adam Tri Nugroho, Tri Wahyuni, Widhi Cahyo Prabowo, Indra Nur Hamid, Tiyas Nur Anufah, Harum Indah Permatasari, Azkia Salsabila, Sofyana, dan Feni Yunita Hardiyanti (2022).

Inovasi dalam strategi pemasaran sangat penting untuk mengatasi tantangan dalam memasarkan produk. Promosi yang efektif menjadi kunci untuk memperkenalkan suatu barang. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan maraknya media sosial seperti Instagram, platform ini tidak hanya digunakan untuk berbagi informasi pribadi, tetapi juga untuk menyampaikan informasi tentang produk lain, sehingga memudahkan setiap individu yang memiliki bisnis untuk menjual produknya.

Peran informasi pemasaran dengan menggunakan Website mengimplementasi CMS dengan E-Katalog sebagai salah satu alternatif solusi. Pengguna dapat melihat Katalog secara pribadi maupun bersama

sama. Perlakuan model Plugin dengan CMS yang telah ditanamkan pada website dapat diandalkan karena bersifat Online. Pemulihan ekonomi dari dampak pandemi perlu ditingkatkan agar masyarakat juga berkembang. Daya beli yang tinggi diharapkan dapat tercipta dari penyebaran E-Katalog mengenai produk – produk dari hasil UMKM yang telah dipasang pada website E-Katalo. Transformasi ekonomi digital membawa banyak dampak positif dan negatif, selain itu transformasi ekonomi digital juga membawa banyak peluang untuk pertumbuhan ekonomi dan inovasi bisnis. Namun, untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, diperlukan peran aktif dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital. Dalam konteks global, Shahin et al. (2020) membuktikan bahwa program kewirausahaan berbasis STEM di sekolah menengah dapat meningkatkan intensi kewirausahaan peserta didik perempuan secara signifikan, memperkuat relevansi pentingnya kegiatan ini di jenjang SMP.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada tanggal 28 Mei 2025 bertempat di SMP Terpadu Darussalam

yang berlokasi di Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat. Sasaran utama dari program ini adalah siswa-siswi tingkat SMP yang ingin memulai usahanya tetapi tidak memiliki chanel/teman yang banyak untuk memulai bisnis kecil kecilan dari digital

Metode pengabdian yang digunakan mencakup pendekatan edukatif dan partisipatif berupa pengenalan produk dan cara pemasarannya. Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa sesi, dimulai dengan penyampaian materi mengenai konsep Ekonomi dan Digitalisasi produk, pentingnya bisnis di era digital bagi generasi muda, serta contoh dari pelaku usaha sosial yang sukses. Penyampaian dilakukan secara langsung oleh tim mahasiswa dengan dibimbing oleh dosen pembimbing pengabdian.

Setelah sesi penyuluhan, dilakukan kegiatan diskusi dua arah antara siswa dan tim pengabdian, yang bertujuan untuk menggali pemahaman usaha digital serta mendorong keberanian siswa untuk memulai bisnis digital produk. Dalam sesi ini, siswa diajak untuk mengidentifikasi menilai lingkungan dan peluang serta memikirkan ide usaha digital yang dapat menjadi peluang untuk memulainya.

Sebagai bagian dari prosedur kegiatan, tim juga melakukan pendekatan dengan cara

memperlihatkan produk yang sudah dibuat oleh tim sebagai contoh produk yang bisa dipilih oleh para siswa-siswi. Metode ini terbukti efektif dalam menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan interaktif. Seluruh proses kegiatan didokumentasikan untuk keperluan evaluasi dan pelaporan.

Dengan metode pelaksanaan tersebut, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak yang berkelanjutan dalam membentuk pola pikir kewirausahaan di era digital ini kepada siswa-siswi SMP, serta menjadi model edukasi yang dapat direplikasi di institusi pendidikan lainnya.

Salah satu temuan utama dalam kegiatan ini adalah adanya perubahan pola pikir siswa terhadap makna berwirausaha dan pemasaran produk. Jika sebelumnya berwirausaha dan promosi hanya dilakukan secara offline dan memerlukan biaya yang mahal, dengan adanya literasi ini membuka pandangan siswa-siswi sebagai celah untuk memulai bisnisnya, siswa mulai memahami bahwa usaha juga bisa menjadi sarana membantu menyelesaikan masalah ekonomi keluarga. Pemahaman ini menjadi fondasi penting dalam menumbuhkan karakter berbisnis sejak usia dini. Banyak siswa yang mendapatkan ide bisnis dan cara pemasarnya secara digital dan mau memulainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMP Terpadu Darussalam telah berjalan sesuai rencana dan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep kewirausahaan sosial. Materi disampaikan melalui metode penyuluhan, diskusi, serta games edukatif yang secara efektif mendorong partisipasi aktif siswa selama kegiatan berlangsung. Antusiasme siswa terlihat dari semangat mereka dalam menjawab pertanyaan, mengemukakan pendapat, serta merespon dengan baik setiap sesi yang dilaksanakan.

Temuan ini menjawab permasalahan utama yang diangkat dalam kegiatan pengabdian, yaitu rendahnya pemahaman dan semangat berwirausaha apalagi di era digital ini yang sebenarnya malah mempermudah untuk para siswa SMP. Solusi yang ditawarkan berupa ide bisnis digital dan contoh digitalisasi produk yang sudah terbukti sukses. Firdaus (2020) menyatakan. Bahwa produk yang mampu berinovasi cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi pendekatan edukasi berbasis praktik langsung lebih mudah diterima oleh siswa dan memberikan dampak yang lebih kuat terhadap pembentukan niat wirausaha. Selain

itu, pendekatan diskusi dan refleksi membuat siswa tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga pelaku aktif dalam proses pembelajaran.

Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa melakukan bisnis dengan cara digitalisasi produk dapat dimulai dari jenjang pendidikan dasar dan menengah. Hal ini sejalan dengan pendapat Gartner (2014), yang menyatakan, Digitalisasi adalah proses pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah bisnis dan model operasinya, serta memanfaatkan peluang baru yang ditawarkan oleh teknologi.

Namun demikian, kegiatan ini juga memiliki keterbatasan. Waktu pelaksanaan yang relatif singkat itu menjadi menjadi salah satu tantangan dalam mengeksplorasi potensi siswa secara maksimal. Selain itu, keterbatasan fasilitas di sekolah mitra juga mempengaruhi optimalisasi metode pelatihan yang berbasis teknologi. Oleh karena itu, dalam kegiatan serupa di masa mendatang, kami sarankan adanya program lanjutan yang memungkinkan pengembangan ide siswa secara berkesinambungan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi terhadap digitalisasi produk dapat ditanamkan secara efektif kepada generasi

muda melalui metode edukatif yang menyenangkan dan interaktif. Hal ini penting untuk mendorong munculnya generasi baru yang tidak hanya memiliki keterampilan ekonomi tradisional, tetapi juga memanfaatkan teknologi yang ada. Upaya ini juga dapat menjadi kontribusi nyata dunia pendidikan dalam menciptakan masyarakat melek akan teknologi dan mampu bersaing, dan mengembangkan digitalisasi produknya.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengangkat tema “Literasi Ekonomi Terhadap Digitalisasi Produk” berhasil memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa SMP Terpadu Darussalam tentang konsep Digitalisasi Produk. Melalui pendekatan edukatif yang partisipatif dan menyenangkan, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga terdorong untuk berpikir dan memulai ide bisnis baru yang pastinya digitalisasi produk untuk memberikan manfaat bagi dirinya maupun orang terdekatnya. Temuan ini menunjukkan bahwa edukasi tentang Digitalisasi produk sejak dini sangat diperlukan sebagai strategi membangun karakter generasi muda yang mandiri, dan

mampu mengembangkan ide-ide bisnisnya secara digital.

Namun demikian, keterbatasan waktu pelaksanaan dan fasilitas menjadi tantangan dalam mengoptimalkan potensi siswa secara menyeluruh. Oleh karena itu, kegiatan semacam ini perlu dikembangkan secara berkelanjutan dan terintegrasi dengan program pendidikan karakter sekolah. Disarankan agar sekolah dan perguruan tinggi menjalin kolaborasi jangka panjang dalam bentuk pelatihan lanjutan, pendampingan ide usaha siswa, serta pelibatan praktisi lapangan sebagai role model inspiratif. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas akan hal Digitalisasi produk.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapan kepada mitra kami SMP Terpadu Darussalam atas sambutan yang hangat dan kerjasama dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terimakasih kami tunjukan pula kepada Bapak Syamsudin S.E, selaku kepala sekolah SMP Terpadu Darussalam, serta kepada semua bapak/ibu guru pendamping dan seluruh siswa siswi yang ikut berpartisipasi, yang telah menunjukkan keaktifan, antusiasme, dan semangat belajar selama kegiatan ini.

Kami berikan penghargaan dan apresiasi yang kepada Universitas Pamulang khususnya program studi sarjana Akuntansi atas dukungan yang diberikan ,baik secara moral maupun teknis, sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik dan mencapai tujuannya, tak lupa pula, kami ucapan terimakasih kepada ibu dosen Nurhayati S.E,M.AK yang bertindak sebagai dosen pembimbing, serta seluruh tim pelaksana PKM yang telah berkolaborasi dengan baik sejak tahp perencanaan hingga pelaporan kegiatan akhir.

Kami juga tidak lupa mungucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk keberhasilan program ini.

Harapan kami adalah agar kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan, meningkatkan kemampuan berwirausaha sosial dari usia dini, serta menginspirasi pelaksanaan program-program serupa dimasa mendatang.



Gambar 1. Foto Bersama Tim PkM dengan Peserta Pkm



Gambar 4. Pemaparan Materi Oleh Narasumber



Gambar 2. Pemaparan Materi Oleh Narasumber 1



Gambar 3. Pemaparan Materi Oleh Narasumber 2

REFERENSI

Digitalisasi Produk UMKM: Peluang dan Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0 *Jurnal Bisnis Digital & Inovasi*, 8(2), 112–125.

Andrianto, B. (2024). Strategi Transformasi Digital pada Sektor Manufaktur. *Jurnal Teknologi & Desain*, 5(1), 45–60.

Susanti, R. (2023). Pemanfaatan E-commerce untuk Peningkatan Penjualan Produk Lokal. *Jurnal Ekonomi Digital*, 2(4), 201–215.

Pengembangan Model Bisnis Berbasis Digital untuk Produk Agrikultur Lokal. *Jurnal Inovasi Pertanian & Teknologi*, 10(1), 32–48.

Setiawan, E. (2025). Adopsi Teknologi Blockchain dalam Rantai Pasok Produk Digital. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 6(3), 170–185.

Dewi, P. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Kerajinan Tangan. *Jurnal Kreatif & Kewirausahaan*, 3(2), 99–110.

Wiratama, K. B., Pratama, L. N., & Lestari, H. M. Analisis User Experience (UX) pada Aplikasi E-commerce Produk Makanan. *Jurnal Informatika & Interaksi Manusia*, 4(1), 20–35.

Wibowo, D. A., Hidayat, S., & Lestari, A. Peran Desain Antarmuka Pengguna dalam Keberhasilan Produk Digital. *Jurnal Desain & Komunikasi Visual*, 1(3), 88–102.