



**MEMBANGUN JALAN MENUJU KEBERHASILAN SDGS DAN KEUNGGULAN DIGITAL  
UMKM 2030 MELALUI LITERASI DIGITAL DAN LITERASI MEDIA PADA UMKM  
ASINAN BETAWI 88 DI KOTA DEPOK**

*Building the Road to SDG Success and Digital Excellence for UMKM 2030 through Digital  
and Media Literacy at UMKM Asinan Betawi 88 in Depok City*

**Hadi Wijaya<sup>\*</sup>, Chairil Andri, Dwi Rachmawati, Nur Fitri Dewi, Revita Desi Hertin**

Universitas Global Jakarta

*Grand Depok City, Jl. Boulevard No. 2, Tirtajaya, Sukmajaya, Kota Depok*

<sup>\*</sup>Alamat Korespondensi : [hadi@jgu.ac.id](mailto:hadi@jgu.ac.id)

*(Tanggal Submission: 11 Juni 2025, Tanggal Accepted : 10 Juni 2025)*



**Kata Kunci :**

*Literasi Digital,  
Literasi Media,  
UMKM,  
Pemasaran  
Digital, Asinan  
Betawi 88*

**Abstrak :**

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan literasi media pada UMKM Asinan Betawi 88, usaha mikro yang berlokasi di Kota Depok, Indonesia. Program ini dirancang untuk menjawab berbagai tantangan yang dihadapi mitra, seperti keterbatasan pengetahuan dalam pemasaran digital, strategi branding yang kurang optimal, rendahnya keterampilan dalam manajemen keuangan, serta minimnya pemanfaatan alat digital. Pendekatan partisipatif diterapkan dalam kegiatan ini, meliputi analisis kebutuhan, pelatihan, dan lokakarya langsung mencakup topik pemasaran digital, branding, fotografi produk, manajemen keuangan, serta pengembangan website yang dioptimalkan dengan Search Engine Optimization (SEO). Program ini juga menekankan pentingnya pendampingan berkelanjutan untuk menjamin keberlangsungan hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas program. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kompetensi yang signifikan dari peserta, dengan nilai rata-rata pre-test sebesar 2,3 (dari skala 5) meningkat menjadi 4,2 pada post-test. Peserta menunjukkan peningkatan nyata dalam pengelolaan media sosial, pembuatan konten, dan penggunaan alat bantu manajemen keuangan. Program ini juga menghasilkan luaran berupa website berbasis SEO, konten pemasaran digital, serta portofolio fotografi produk yang secara signifikan meningkatkan branding dan kehadiran daring UMKM. Selain itu, kegiatan ini memberikan pengalaman belajar praktis bagi mahasiswa yang terlibat dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), dengan mengintegrasikan pembelajaran ke dalam praktik dunia nyata. Inisiatif ini berhasil memberdayakan UMKM Asinan Betawi 88 dalam memanfaatkan teknologi

digital untuk pertumbuhan bisnisnya, serta turut mendorong daya saing di era ekonomi digital. Program ini menunjukkan potensi untuk direplikasi pada UMKM lainnya sebagai langkah strategis dalam mendukung Sustainable Development Goals (SDGs) 2030 melalui transformasi digital.

**Key word :**

*Digital Literacy, Media Literacy, MSMEs, Digital Marketing, Betawi Pickles 88*

**Abstract :**

This community service program aimed to improve the digital and media literacy of Asinan Betawi 88, a traditional Micro, Small, and Medium Enterprise (UMKM) located in Depok City, Indonesia. The program sought to address challenges such as limited knowledge of digital marketing, inadequate branding strategies, lack of financial management skills, and low adoption of digital tools. A participatory approach was implemented, involving needs analysis, training sessions, and hands-on workshops covering digital marketing, branding, product photography, financial management, and website development optimized with Search Engine Optimization (SEO). The program also emphasized ongoing mentorship to ensure the sustainability of results. Pre-test and post-test evaluations were conducted to measure the effectiveness of the program. The results demonstrated a significant increase in participants' competencies, with pre-test scores averaging 2.3 (on a 5-point scale) improving to 4.2 in the post-test. Participants showed marked improvements in social media management, content creation, and the use of financial management tools. The program also produced tangible outputs, including an SEO-optimized website, digital marketing content, and product photography portfolios, which significantly enhanced the UMKM's branding and online presence. Additionally, the program provided practical learning opportunities for students involved in the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program, integrating academic learning with real-world applications. The initiative successfully empowered Asinan Betawi 88 to leverage digital tools for business growth, contributing to its competitiveness in the digital economy. This project highlights the potential for replicating similar initiatives to support traditional UMKM in achieving Sustainable Development Goals (SDGs) 2030 through digital transformation.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Wijaya, H., Andri, C., Rchmawati, D., Dewi, N. F., & Hertin, R. D. (2025). Membangun Jalan Menuju Keberhasilan SDGS dan Keunggulan Digital UMKM 2030 melalui Literasi Digital dan Literasi Media pada UMKM Asinan Betawi 88 di Kota Depok. *Jurnal Abdi Insani*, 12(6), 2843-2861. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i6.2650>

## PENDAHULUAN

Kontribusi UMKM terhadap ekonomi Indonesia sangat signifikan, menyumbang lebih dari 60% ke Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, yang bernilai sekitar Rp8.573 Triliun per tahun (Munizu *et al.*, 2023). Selain itu, UMKM juga menyediakan lapangan kerja bagi 97% dari total tenaga kerja di Indonesia, yang mencakup 116 juta orang (UKMINDONESIA, 2023). Dalam dinamika ekonomi digital yang terus tumbuh, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia (Nia & Muta, 2023), khususnya di Kota Depok (Pemkot Depok, 2021). Salah satu UMKM yang berpotensi besar namun masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan bisnisnya adalah Asinan Betawi 88, sebuah usaha mikro yang memproduksi dan



menjual kuliner tradisional khas kearifan lokal Asinan Betawi. Asinan betawi 88 berlokasi di Jl. Kemang Raya No. 88, Sukmajaya, Kota Depok.

Sebagai bentuk kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan UMKM di era ekonomi digital, tim pengabdian masyarakat dari Jakarta Global University menginisiasi program “Membangun Jalan Menuju Keberhasilan SDG dan Keunggulan Digital UMKM 2030 melalui Literasi Digital dan Literasi Media pada UMKM Asinan Betawi 88 di Kota Depok.” Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan media dari UMKM Asinan Betawi 88. Literasi digital dan media telah menjadi faktor kunci keberhasilan dalam strategi pemasaran dan branding di era digital, di mana pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Strategi pengabdian kepada masyarakat dapat dirancang untuk secara spesifik meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM (Megaster, 2023), serta memperluas jangkauan pasar melalui literasi digital dan media (Nurfitriya *et al.*, 2022).

Program dimulai dengan analisis kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM Asinan Betawi 88. Temuan menunjukkan bahwa terdapat keterbatasan dalam mengoptimalkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran, branding, dan manajemen bisnis. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam strategi pemasaran digital serta pengelolaan keuangan menjadi penghambat utama dalam pertumbuhan usaha. Berdasarkan temuan ini, tim pengabdian merancang serangkaian pelatihan dan kegiatan pendampingan yang disesuaikan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Selain itu, program ini juga bertujuan memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam menerapkan ilmu akademik mereka secara langsung, sehingga dapat berkontribusi pada pengembangan UMKM dan perekonomian lokal. Hal ini sejalan dengan prinsip Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) (Purwaningsih & Muslikh, 2022), khususnya bagi mahasiswa yang terlibat langsung dalam kegiatan ini.

Melalui program pengabdian masyarakat ini, diharapkan UMKM Asinan Betawi 88 dapat mengembangkan literasi digital dan media mereka, sehingga mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Program ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha, serta turut berkontribusi dalam pencapaian Sustainable Development Goals (SDG) (Giovanni *et al.*, 2023) 2030 dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Setidaknya ada 3 poin SDG yang ingin dicapai pada program ini:

- SDG 8: Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Inklusif dan Berkelanjutan, melalui peningkatan kapasitas UMKM dari segi sumber daya manusia dan teknologi (Aulia *et al.*, 2023);
- SDG 1: Mengentaskan Kemiskinan, melalui dampak peningkatan ekonomi dari terampilnya UMKM melaksanakan bisnisnya (Lamaile, 2022);
- SDG 4: Kualitas Pendidikan, bahwa pendidikan adalah hak seluruh manusia, tugas kami sebagai pendidik yang mengabdikan untuk meningkatkan kualitas edukasi UMKM (ESCAP U, 2021).

Masalah utama yang ditemukan tim pengabdian adalah:

### **1. Kesenjangan Menuju Pasar Digital**

UMKM Asinan Betawi 88 yang berada di Kota Depok mengalami kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar. Dari 59,2 juta UMKM di Indonesia, hanya 8% yang telah memanfaatkan platform digital (Sundah *et al.*, 2021), sedangkan sisanya, termasuk Asinan Betawi 88, belum mampu mengadopsinya secara optimal karena rendahnya literasi digital (Anaqi *et al.*, 2023). Selain itu, mereka belum memahami cara membangun identitas digital, strategi pemasaran, dan desain kemasan yang menarik untuk pasar digital.



## 2. Navigasi di Ekosistem Media yang Rumit

Keterbatasan dalam literasi media juga menjadi hambatan dalam membangun citra dan komunikasi digital melalui media sosial. Di era komunikasi digital real-time, keterampilan untuk mengelola media sosial menjadi penting (Alamsyah *et al.*, 2024). Asinan Betawi 88 kesulitan membuat konten yang menarik, serta belum mampu menganalisis tren dan strategi pemasaran berbasis data untuk meningkatkan visibilitas produk mereka (Adam *et al.*, 2023).

## 3. Kapasitas Digital dan Media yang Terbatas

Dua permasalahan di atas menunjukkan pentingnya peningkatan kemampuan digital dan media Asinan Betawi 88. Tanpa itu, mereka akan tertinggal dalam persaingan dengan UMKM lain yang sudah adaptif terhadap teknologi. Peningkatan literasi digital dan media akan memperluas jangkauan pasar, memperkuat hubungan dengan konsumen, dan mendukung pertumbuhan bisnis berkelanjutan (Nugroho *et al.*, 2024).

Untuk mengatasi masalah tersebut, tim pengabdian menawarkan dua solusi utama:

### SOLUSI 1: Literasi Digital

#### a. Pengembangan Website, Media Sosial, & Konten Branding

Tim mengadakan pelatihan pembuatan website, aktivasi media sosial, dan pembuatan konten serta fotografi produk. Targetnya, dalam 6 bulan terjadi peningkatan 30% pengikut media sosial, peningkatan trafik website 50%, dan interaksi media sosial naik 40% (Meizary & Magdalena, 2023).

#### b. Optimasi Pemasaran Digital

Pelatihan ini mencakup strategi SEO, email marketing, dan konten pemasaran. Targetnya adalah peningkatan penjualan online sebesar 20% dalam 12 bulan. Indikator keberhasilan: naiknya peringkat pencarian, open rate email naik 15%, dan trafik konten naik 30% (Sari *et al.*, 2023).

### SOLUSI 2: Literasi Media

#### a. Pelatihan Produksi Konten Media

Workshop ini mengajarkan pembuatan video, blog, dan konten interaktif untuk media sosial. Targetnya adalah menghasilkan tiga konten viral per tahun dan meningkatkan jumlah views video YouTube sebesar 50%, serta engagement Instagram dan Facebook sebesar 60% dalam 6 bulan (Mukhlis *et al.*, 2023).

#### b. Strategi Media dan Analitik

Peserta dilatih menggunakan data analitik untuk memahami audiens dan menyusun strategi konten yang lebih efektif. Target: peningkatan metrik seperti reach, impressions, dan conversion rate sebesar 25% dalam 9 bulan.

Solusi ini bertujuan memperkuat kapasitas Asinan Betawi 88 dalam memanfaatkan media digital untuk menjangkau dan mempertahankan konsumen. Diharapkan, mereka bisa berkembang di era digital serta mendukung pencapaian SDGs melalui ekonomi digital (Ramadani & Syariati, 2020).

## METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama bulan Juli–Agustus 2024 di UMKM Asinan Betawi 88 yang berlokasi di Jl. Kemang Raya No. 88, Kelurahan Sukmajaya, Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat. UMKM ini merupakan produsen makanan tradisional khas Betawi yang memiliki potensi besar dalam hal cita rasa dan pasar lokal, namun menghadapi tantangan besar dalam hal pemasaran digital, manajemen bisnis, dan literasi media. Sasaran kegiatan ini adalah pemilik UMKM dan anggota tim operasional dari Asinan Betawi 88, yang terdiri dari pelaku usaha mikro dengan latar belakang pendidikan dan digital yang terbatas. Adapun mitra utama terdiri dari 1 keluarga pelaku usaha dan 2 orang anggota tim operasional, sehingga total yang aktif terlibat langsung dalam kegiatan adalah 3



orang dari pihak mitra. Selain itu, kegiatan ini juga melibatkan 4 mahasiswa dari program studi Bisnis Digital dan Multimedia.

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu: (1) Analisis Kebutuhan dan Sosialisasi: Observasi lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi masalah utama mitra. (2) Pelatihan dan Workshop: Sesi interaktif dan praktik langsung mengenai digital marketing, branding, fotografi produk, dan keuangan digital. (3) Implementasi Teknologi: Penerapan langsung hasil pelatihan melalui media sosial, website SEO, serta penggunaan alat bantu digital. (4) Pendampingan dan Evaluasi: Monitoring berkelanjutan, konsultasi daring, serta evaluasi berbasis pre-test dan post-test. Dan (5) Rencana Keberlanjutan Program: Perencanaan jangka panjang melalui komunitas UMKM, modul pelatihan mandiri, dan survey dampak lanjutan, seperti yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan Abdimas

- 1. Analisis Kebutuhan dan Sosialisasi**  
Tahapan awal dilakukan dengan kunjungan lapangan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting, kendala operasional, serta kebutuhan utama mitra melalui wawancara dan observasi langsung. Hasil analisis menunjukkan bahwa mitra mengalami keterbatasan dalam branding, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Sosialisasi program dilakukan kepada pemilik usaha untuk menyampaikan tujuan, manfaat, serta agenda program, sekaligus membangun komitmen dan partisipasi aktif dari mitra.
- 2. Pelatihan dan Workshop**  
Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, disusun kurikulum pelatihan yang mencakup: literasi digital, branding, fotografi produk, pemasaran melalui media sosial, serta pengelolaan keuangan berbasis digital. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk kelas interaktif dan praktik langsung, dengan dukungan mahasiswa dan tim dosen. Pre-test dan post-test dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta.
- 3. Implementasi Teknologi**  
Setelah pelatihan, mitra didampingi dalam mengaplikasikan teknologi secara langsung ke dalam operasional usaha mereka, seperti penggunaan media sosial (Instagram, Google My Business), website dengan SEO dasar, dan aplikasi keuangan sederhana. Tim pengabdian juga menyerahkan perangkat pendukung seperti peralatan foto produk dan perlengkapan live streaming.

#### 4. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap ini dilakukan melalui kunjungan rutin dan konsultasi daring. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas implementasi strategi digital oleh mitra. Indikator keberhasilan mencakup peningkatan kualitas konten, pengelolaan media sosial, visualisasi produk, dan kesadaran literasi finansial digital.

#### 5. Rencana Keberlanjutan Program

Untuk menjaga keberlanjutan hasil, disusun rencana jangka panjang yang mencakup pembentukan komunitas digital UMKM, penyediaan modul pelatihan mandiri, dan sistem pemantauan berbasis survey tahunan. Pendampingan lanjutan akan diarahkan melalui kerja sama multi-pihak (akademisi, pelaku usaha, dan komunitas lokal) guna memperkuat ekosistem digital UMKM secara berkelanjutan.

Dengan pendekatan metode yang komprehensif ini, kegiatan pengabdian tidak hanya menyelesaikan permasalahan mitra secara teknis, tetapi juga memberdayakan mereka dalam membangun kemandirian digital yang berkelanjutan sesuai dengan arah transformasi digital dan pencapaian SDG 2030.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat dengan judul "Membangun Jalan Menuju Keberhasilan SDG dan Keunggulan Digital UMKM 2030 melalui Literasi Digital dan Literasi Media pada UMKM Asinan Betawi 88 di Kota Depok" telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan agenda yang direncanakan. Berbagai kegiatan utama telah dijalankan melalui serangkaian kunjungan dan sesi pelatihan, yang menghasilkan beberapa luaran sebagai berikut:

#### 1. Kunjungan dan Analisis Kebutuhan

Program diawali dengan beberapa kunjungan oleh tim pengabdian masyarakat ke UMKM Asinan Betawi 88 untuk melakukan analisis kebutuhan dan memahami lebih dalam tantangan yang dihadapi oleh usaha mitra. Pada tahap ini, tim berhasil mengidentifikasi beberapa isu utama yang menghambat pertumbuhan usaha, seperti keterbatasan dalam menerapkan strategi pemasaran digital, branding, fotografi produk, dan manajemen keuangan digital. Temuan ini menjadi dasar dalam merancang modul pelatihan dan strategi implementasi yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM secara spesifik, seperti disajikan pada Gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Kunjungan ke UMKM



Gambar 3. Pemilik UMKM Asinan Betawi 88

## 2. Sosialisasi Program dan Penyerahan Peralatan

Kunjungan resmi pertama dilakukan oleh seluruh tim pengabdian masyarakat, termasuk mahasiswa, untuk mensosialisasikan program kepada UMKM Asinan Betawi 88 (Gambar 4). Dalam sesi ini, tim menjelaskan secara umum mengenai program, tujuan, serta manfaat yang akan diperoleh mitra. Selain itu, dilakukan juga penyerahan peralatan media digital yang akan digunakan oleh UMKM, seperti paket live streaming untuk media sosial, peralatan fotografi produk, dan alat pendukung lainnya (Gambar 5). Penyerahan peralatan ini menjadi langkah awal untuk membantu mitra mengoptimalkan penggunaan teknologi digital (Gambar 6).



Gambar 4. Sosialisasi Program Abdimas



Gambar 5. Penyerahan Peralatan



Gambar 6. Pemasangan Peralatan

### 3. Pelatihan dan Workshop

Salah satu bagian paling krusial dalam pelaksanaan program ini adalah sesi pelatihan dan workshop yang diberikan kepada UMKM Asinan Betawi 88. Beberapa sesi yang telah dilaksanakan antara lain:

- Workshop Pemasaran Digital

Fokus pelatihan ini adalah memperkenalkan konsep dasar pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, dan penerapan strategi SEO untuk meningkatkan visibilitas usaha secara daring. UMKM dikenalkan pada berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan Google My Business, serta cara mengoptimalkannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Gambar 7).



Gambar 7. Pelatihan Digital Marketing

- Workshop Branding dan Produk Visual

Tim pengabdian memberikan pelatihan tentang cara membangun identitas merek yang kuat dan menarik bagi konsumen. UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya konsistensi dalam branding dan cara membuat konten visual yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk. Sesi ini juga disertai studi kasus nyata dari bisnis lain yang berhasil membangun merek melalui strategi branding yang efektif (Gambar 8).



Gambar 8. Pelatihan Branding

- **Workshop Fotografi Produk**

Pelatihan ini menekankan teknik dasar fotografi produk, termasuk penggunaan pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan penataan produk untuk menghasilkan foto yang menarik. UMKM diberi kesempatan langsung untuk mempraktikkan teknik ini menggunakan peralatan yang telah disediakan. Foto hasil pelatihan ini kemudian digunakan sebagai konten pemasaran di media sosial mitra (Gambar 9).



Gambar 9. Pelatihan Fotografi Produk

- **Pelatihan Manajemen Keuangan Digital**

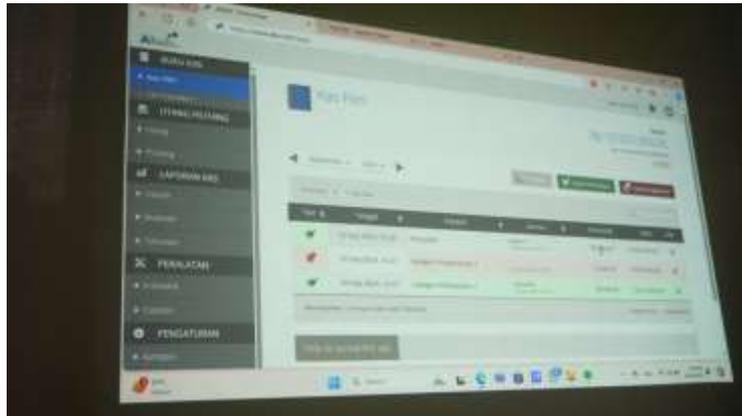
Pelatihan ini fokus pada manajemen keuangan berbasis digital, meliputi pencatatan arus kas, penyusunan laporan keuangan, serta penggunaan aplikasi keuangan sederhana yang efektif. Dengan demikian, UMKM mampu mengelola keuangannya secara lebih efisien dan sistematis (Gambar 10).



Gambar 10. Pelatihan Keuangan

#### 4. Implementasi Awal dan Pendampingan

Setelah sesi pelatihan dan workshop, UMKM mulai menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh ke dalam praktik usaha sehari-hari. Tim pengabdian secara aktif memberikan dukungan selama fase implementasi ini, melalui arahan dan umpan balik. Hasil pendampingan awal menunjukkan adanya peningkatan pemahaman UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital, terutama dalam pengelolaan media sosial dan konten visual produk. Selain itu, mitra mulai memahami penggunaan alat digital untuk pengelolaan keuangan usaha (Gambar 11, 12, 13).



Gambar 11. Mentoring Teknologi Keuangan



Gambar 12. Implementasi Fotografi Produk



Gambar 13. Praktik Fotografi Produk

## 5. Testimoni dan Umpan Balik

Kunjungan resmi pertama diakhiri dengan sesi foto bersama dan penyampaian testimoni dari pihak UMKM Asinan Betawi 88. Testimoni yang diberikan mencerminkan respon positif terhadap program. Mereka menyampaikan bahwa program ini memberikan wawasan baru mengenai pentingnya literasi digital dan media dalam pengembangan usaha, serta menunjukkan antusiasme untuk melanjutkan program hingga selesai. Umpan balik ini menjadi indikator awal keberhasilan program dalam memberikan manfaat nyata bagi mitra seperti disajikan pada Gambar 14.



Gambar 14. Pembuatan Luaran Video & Testimoni

## 6. Dampak Awal dari Pelaksanaan Program

Meskipun program masih berada pada tahap awal, beberapa dampak positif telah mulai terlihat, antara lain:

- **Peningkatan Kesadaran Digital**  
UMKM kini lebih memahami pentingnya keberadaan digital dan mulai aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran.
- **Peningkatan Kualitas Konten Visual**  
Dengan keterampilan fotografi produk yang diperoleh selama pelatihan, mitra kini mampu menghasilkan konten visual yang lebih menarik, yang diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan konsumen.
- **Manajemen Keuangan yang Lebih Baik**  
Melalui pengenalan sistem keuangan digital, UMKM mulai memahami cara mengelola keuangan usaha secara lebih efektif dan efisien, yang akan membantu dalam perencanaan bisnis ke depan.

Program ini masih terus berjalan, dengan tahapan selanjutnya berfokus pada pengembangan website yang dioptimalkan dengan SEO, manajemen media sosial yang lebih sistematis, dan implementasi iklan berbayar untuk membantu mitra memperluas jangkauan pasar. Dengan pendampingan yang konsisten dan terarah, UMKM Asinan Betawi 88 diharapkan dapat terus berkembang dan memanfaatkan teknologi digital untuk keberhasilan usaha yang berkelanjutan.

## 7. Peningkatan Kualitas Identitas Merek

Identitas merek Asinan Betawi 88 meningkat melalui penggunaan fotografi produk yang lebih baik. Peningkatan ini memungkinkan UMKM menyampaikan citra positif, menampilkan produk yang higienis dan tersaji secara profesional. Foto produk yang dihasilkan

oleh mitra dan tim pengabdian menjadi aset berharga untuk kebutuhan promosi ke depan (Gambar 15).



Gambar 15. Peningkatan Kualitas Identitas Merek

8. Peningkatan Kualitas Kemasan Produk

Sebelumnya, Asinan Betawi 88 hanya menggunakan kemasan plastik biasa yang kurang ramah lingkungan. Tim pengabdian memberikan saran peningkatan desain kemasan, dan setelah beberapa sesi diskusi, disepakati penggunaan desain baru berupa cup berlabel yang menampilkan identitas merek Asinan Betawi 88 (Gambar 16).



Gambar 16. Peningkatan Kualitas Packaging Produk

9. Peningkatan Kompetensi Peserta (Asinan Betawi 88)

Sebagai bagian dari program, dilakukan pre-test untuk mengukur tingkat kompetensi mitra dalam keterampilan bisnis, pemasaran digital dan media sosial, serta fotografi produk. Skala Likert 1 hingga 5 digunakan untuk menilai kemampuan mereka. Indikator-indikator yang diukur meliputi pemahaman terhadap peluang usaha, perencanaan bisnis, strategi digital, serta teknik visual produk, seperti tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Indikator

Indicators	Category	Code
Apa peluang usaha yang Anda lihat di sekitar Anda? (Isian terbuka)	Bisnis	P1
Bagaimana Anda merencanakan usaha baru? (Pilihan ganda: Tidak Tahu, Rencana Sederhana, Rencana Detail)	Bisnis	P2
Sebutkan langkah utama yang Anda ambil untuk memulai usaha baru. (Isian terbuka)	Bisnis	P3
Bagaimana Anda mengelola akun media sosial untuk bisnis Anda? (Pilihan ganda: Tidak Pernah, Kadang-kadang, Sering)	Digital Marketing	P4
Strategi apa yang Anda ketahui untuk meningkatkan interaksi di media sosial? (Isian terbuka)	Digital Marketing	P5
Apakah Anda pernah membuat konten untuk media sosial? Jika ya, seberapa sering? (Pilihan ganda: Tidak Pernah, Kadang-kadang, Sering)	Digital Marketing	P6
Apakah Anda memiliki pengetahuan dasar tentang teknik fotografi produk? (Pilihan ganda: Tidak Tahu, Tahu Dasar, Tahu Lanjut)	Product Photography	P7
Bagaimana Anda menentukan latar belakang foto produk? (Isian terbuka)	Product Photography	P8
Seberapa sering Anda melakukan pemotretan produk dengan peralatan yang memadai? (Pilihan ganda: Tidak Pernah, Kadang-kadang, Sering)	Product Photography	P9

Hasil pre-test menunjukkan skor rata-rata sebagai berikut pada Tabel 2:

Tabel 2. Hasil Pre-test

Indicators	Code	Score
Apa peluang usaha yang Anda lihat di sekitar Anda?	P1	2.5
Bagaimana Anda merencanakan usaha baru?	P2	2.2
Sebutkan langkah utama untuk memulai usaha baru.	P3	2.3
Bagaimana Anda mengelola media sosial usaha Anda?	P4	2.7
Strategi apa yang Anda ketahui untuk meningkatkan interaksi di media sosial?	P5	2.1
Apakah Anda pernah membuat konten untuk media sosial?	P6	2.8
Apakah Anda memiliki pengetahuan dasar tentang fotografi produk?	P7	1.9

Bagaimana Anda menentukan latar belakang foto produk?	P8	2.4
Seberapa sering Anda melakukan foto produk dengan alat yang memadai?	P9	2.2

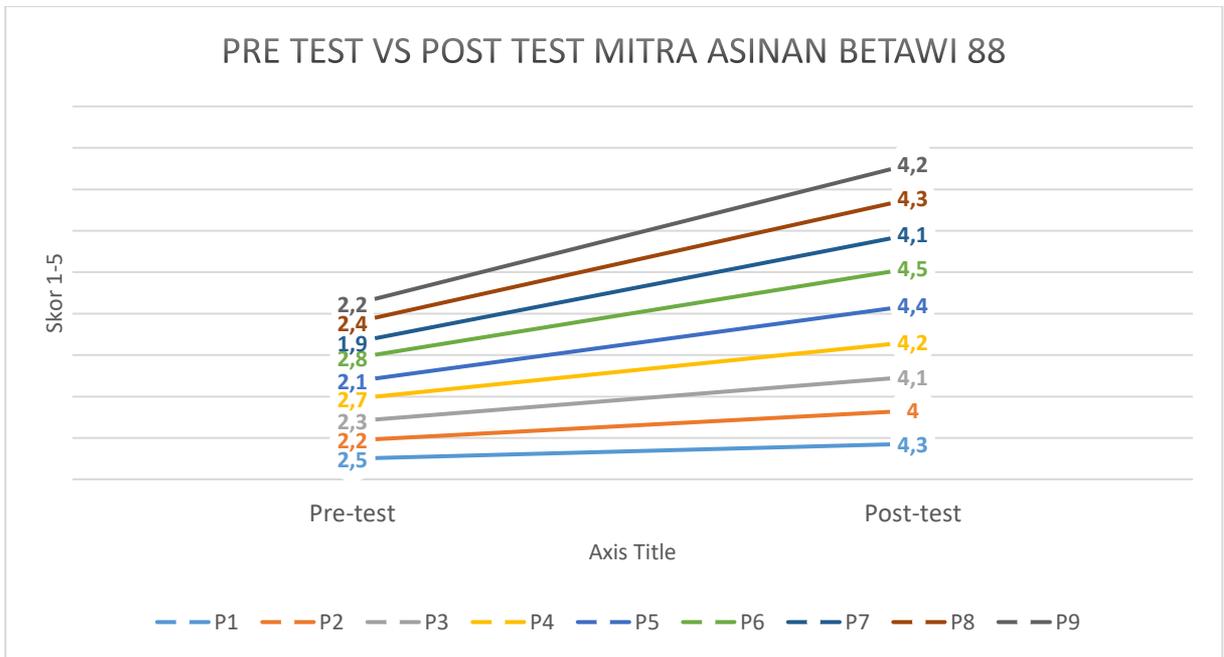
Hasil post-test menunjukkan skor rata-rata sebagai berikut pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Post-test

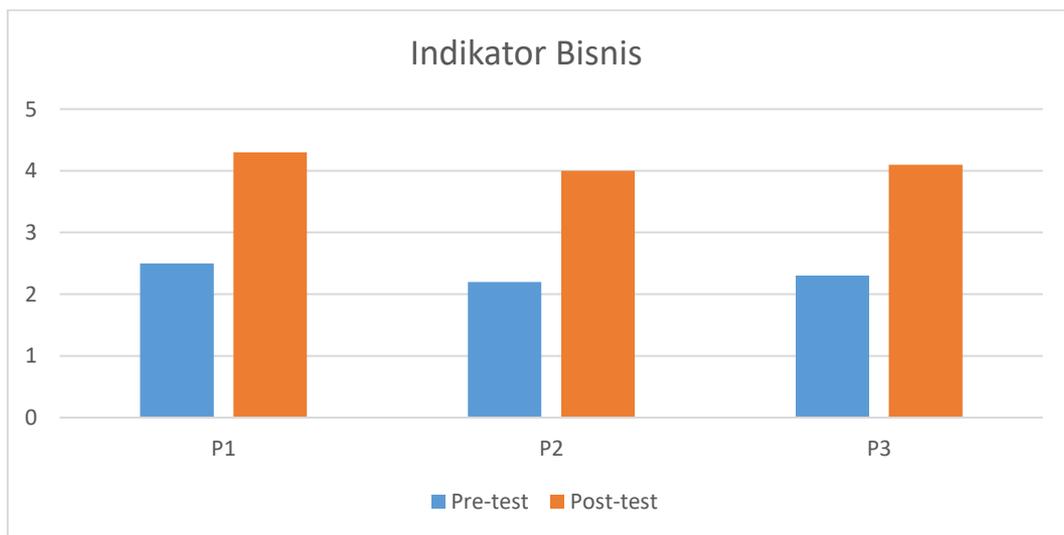
Indicators	Code	Score
Apa peluang usaha yang Anda lihat di sekitar Anda?	P1	4.3
Bagaimana Anda merencanakan usaha baru?	P2	4.0
Sebutkan langkah utama untuk memulai usaha baru.	P3	4.1
Bagaimana Anda mengelola media sosial usaha Anda?	P4	4.2
Strategi apa yang Anda ketahui untuk meningkatkan interaksi di media sosial?	P5	4.4
Apakah Anda pernah membuat konten untuk media sosial?	P6	4.5
Apakah Anda memiliki pengetahuan dasar tentang fotografi produk?	P7	4.1
Bagaimana Anda menentukan latar belakang foto produk?	P8	4.3
Seberapa sering Anda melakukan foto produk dengan alat yang memadai?	P9	4.2

Analisis Hasil Post-test (tersaji juga pada Gambar 17, 18, 19, 20):

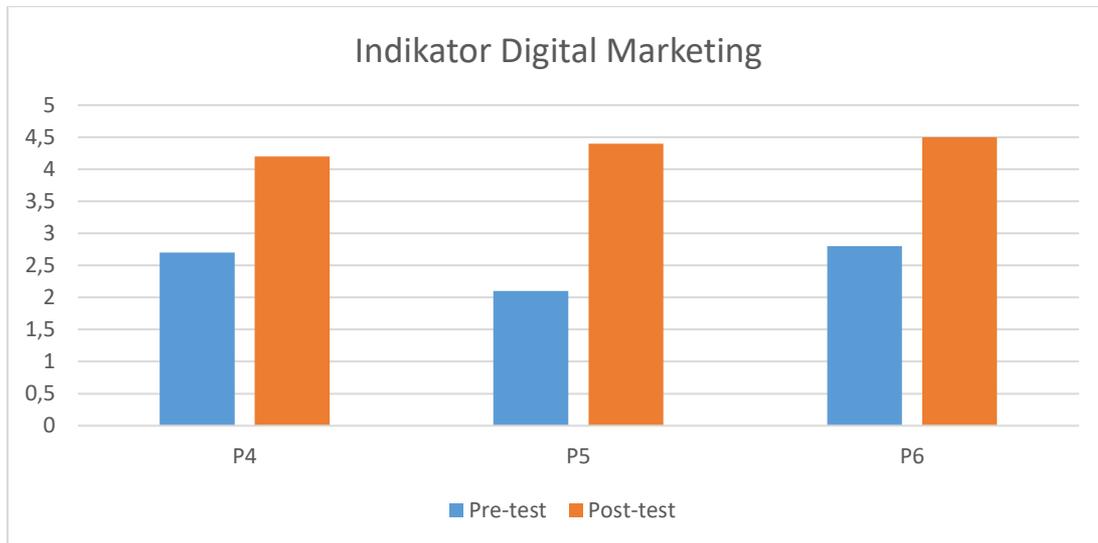
- Peningkatan Rata-rata Skor: Skor rata-rata pada post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan pre-test, dengan skor rata-rata di atas 4. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman dan keterampilan yang lebih baik setelah mengikuti program pengabdian masyarakat.
- Peningkatan Kompetensi Spesifik: Skor pada pertanyaan terkait teknik fotografi produk (pertanyaan 7) meningkat dari 1,9 (pre-test) menjadi 4,1 (post-test), yang menunjukkan bahwa pelatihan fotografi memberikan dampak positif terhadap keterampilan peserta.
- Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital: Skor pada strategi interaksi media sosial (pertanyaan 5) juga meningkat dari 2,1 menjadi 4,4, yang menandakan bahwa peserta kini lebih memahami cara mengelola media sosial secara efektif.



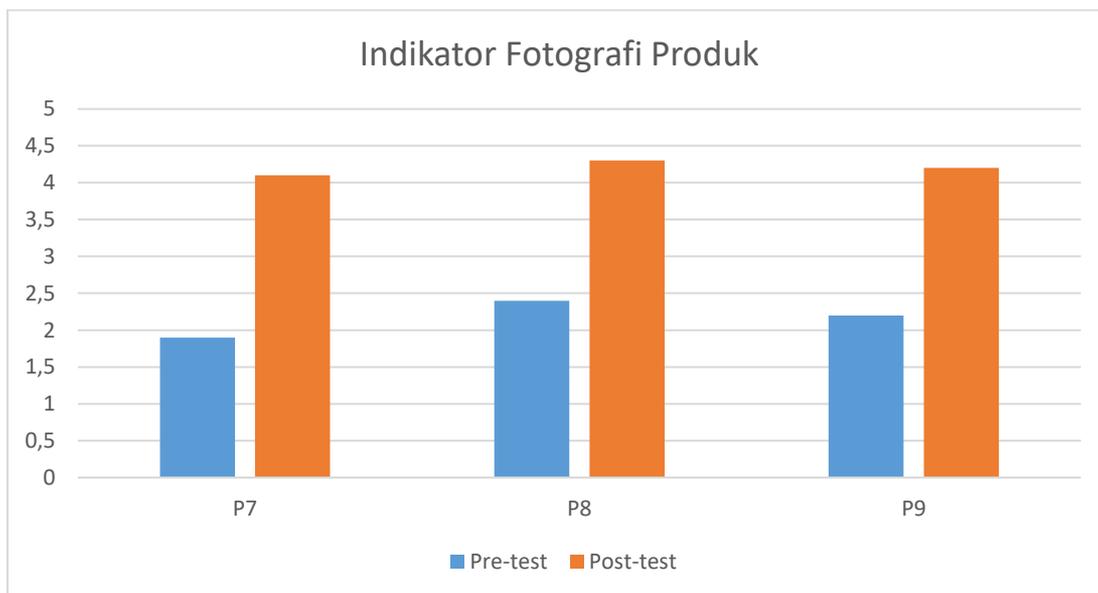
Gambar 17. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-test



Gambar 18. Perbandingan Hasil Indikator Bisnis



Gambar 19. Perbandingan Hasil Indikator Digital Marketing



Gambar 20. Perbandingan Hasil Indikator Fotografi

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "*Membangun Jalan Menuju Keberhasilan SDG dan Keunggulan Digital UMKM 2030 melalui Literasi Digital dan Literasi Media pada UMKM Asinan Betawi 88 di Kota Depok*" telah berhasil dilaksanakan hingga tahap ini dengan sejumlah capaian positif. Melalui serangkaian kegiatan seperti sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan penyerahan peralatan, program ini memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan literasi digital dan media UMKM Asinan Betawi 88.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut:

- Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM Asinan Betawi 88 dalam memanfaatkan teknologi digital untuk keperluan pemasaran, branding, manajemen media

sosial, fotografi produk, dan pengelolaan keuangan. UMKM kini lebih percaya diri dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif serta memahami pentingnya branding dalam bisnis.

- **Peningkatan Kesadaran akan Pentingnya Literasi Digital**  
UMKM Asinan Betawi 88 menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya literasi digital dan media dalam pengembangan usaha. Mereka kini menyadari bahwa kehadiran digital merupakan kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.
- **Pendekatan Kolaboratif dan Partisipatif**  
Keberhasilan program ini juga didukung oleh pendekatan kolaboratif antara tim pengabdian masyarakat, mahasiswa, dan pelaku UMKM. Partisipasi aktif dari UMKM dalam setiap tahapan kegiatan memastikan bahwa materi yang disampaikan relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka.
- **Potensi Pertumbuhan dan Inovasi**  
Melalui penerapan produk dan inovasi teknologi yang diberikan, UMKM Asinan Betawi 88 menunjukkan potensi pertumbuhan yang menjanjikan. Penggunaan peralatan fotografi, website yang dioptimasi SEO, serta manajemen media sosial telah meningkatkan daya tarik produk dan keterlibatan konsumen.

Secara keseluruhan, program ini telah memberikan dampak positif bagi UMKM Asinan Betawi 88 dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pengembangan usaha. Dengan dukungan dan pendampingan yang berkelanjutan, UMKM ini diharapkan dapat mencapai keberhasilan yang berkelanjutan dan turut berkontribusi dalam pencapaian Sustainable Development Goals (SDG) 2030.

## Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi program, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk kelanjutan program dan pengembangan UMKM Asinan Betawi 88 ke depan adalah sebagai berikut:

- **Konsistensi dalam Implementasi Strategi Digital**  
UMKM Asinan Betawi 88 disarankan untuk secara konsisten menerapkan strategi pemasaran digital dan branding yang telah diajarkan dalam program. Konsistensi dalam menggunakan media sosial, memperbarui konten, dan mengelola website akan membantu UMKM membangun kesadaran merek yang lebih kuat dan meningkatkan keterlibatan konsumen.
- **Pemanfaatan Iklan Berbayar untuk Perluasan Pasar**  
Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, UMKM dianjurkan mulai memanfaatkan iklan digital berbayar di platform seperti Google Ads, Facebook Ads, dan Instagram Ads. Dengan pendampingan dari tim pengabdian masyarakat, UMKM dapat menggunakan dana bantuan PMP 2024 untuk menjalankan kampanye iklan yang efektif dan terukur.
- **Pengembangan Produk yang Inovatif**  
UMKM Asinan Betawi 88 perlu terus berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan yang ditawarkan. Misalnya, dengan menyediakan paket produk yang unik, menawarkan promosi khusus untuk pembelian online, atau bekerja sama dengan influencer lokal untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk.
- **Peningkatan Literasi Keuangan**  
Meskipun UMKM telah menerima pelatihan mengenai pengelolaan keuangan digital, disarankan agar mereka terus mengembangkan literasi keuangan. Penggunaan aplikasi manajemen keuangan secara rutin akan membantu UMKM memantau arus kas, merencanakan anggaran, dan membuat keputusan bisnis yang lebih tepat.
- **Evaluasi Berkala dan Peningkatan Kapasitas**  
Penting bagi UMKM untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap strategi digital yang telah diterapkan dan mengikuti pelatihan serta workshop lanjutan untuk meningkatkan kapasitas dan



keterampilan. Hal ini akan memungkinkan UMKM beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pasar yang terus berubah.

- Replikasi Program untuk UMKM Lainnya

Melihat dampak positif yang nyata dari program ini terhadap Asinan Betawi 88, disarankan agar program serupa direplikasi dan diterapkan pada UMKM lain di Kota Depok atau daerah lainnya. Hal ini akan memungkinkan lebih banyak UMKM mendapatkan manfaat dari literasi digital dan media, serta beradaptasi dengan era ekonomi digital.

Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi tersebut, UMKM Asinan Betawi 88 diharapkan dapat berkembang menjadi bisnis yang kompetitif, inovatif, dan berkelanjutan di era digital, sekaligus menjadi model bagi UMKM lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk keberhasilan bisnis.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada DRTPM (Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat), Kementerian Pendidikan Tinggi, Ilmu Pengetahuan, dan Teknologi, serta kepada Universitas Global Jakarta yang telah memfasilitasi pendanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim. Selain itu, ucapan terima kasih yang mendalam juga disampaikan kepada seluruh anggota atas kerja sama yang baik dengan tim pengabdian masyarakat. Program Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul "*Membangun Jalan Menuju Keberhasilan SDG dan Keunggulan Digital UMKM 2030 melalui Literasi Digital dan Literasi Media pada UMKM Asinan Betawi 88 di Kota Depok*" merupakan program pengabdian yang dilaksanakan oleh Tim Penerima Hibah PMP Pengabdian Dosen Pemula 2024 dari Universitas Global Jakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M., Kesuma, T. M., & Siregar, M. R. (2023). Retensi Konsumen UMKM dengan Memanfaatkan Social Media Marketing. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi Media dan Dinamika Komunikasi dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168-81.
- Anaqi, I., Kurniawan, D., Marcela, T. P., Jorger, D. C., Aziz, P. N., Sukmah, N. S., & Ariescy, R. R. (2023). Pengembangan Digitalisasi Marketing Usaha UMKM Untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Masyarakat. *Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 171-9.
- Aulia, M. R., Hendra, J., Safitri, E., & Bawono, A. (2023). Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business: Transformasi Digital, Dividen Digital, dan Kewirausahaan. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 01-15.
- Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia [Internet]. Jakarta: UKMINDONESIA.ID; 2023 July 8 [cited 2024 Mar 27]. Available from: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- ESCAP U. (2021). COVID-19 and South Asia: National Strategies and Subregional Cooperation For Accelerating Inclusive, Sustainable and Resilient Recovery.
- Giovanni, J., Subianto, P., Sugiarti, M., & Utami, H. W. (2023). Sustainable Development Goals: Strategy for Increasing Human Resources Towards the Independence of MSMEs. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 4(3), 339-52.
- Lamaile, E. F. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Umkm, Indeks Keterbukaan Perdagangan, Pertumbuhan Pendapatan Per Kapita, Dan Indeks Pembangunan Manusia Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di 5 Negara Asean. *J-REMA*, 1(3), 38.



- Megaster, T. (2023). 3.4 Praktik-Praktik Pengelolaan Sumber Daya Manusia Untuk Keunggulan Bersaing. *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Era 4.0*, 5, 55.
- Meizary, A., & Magdalena, B. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Umkm Dapoer Ibu Hayra. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, (1), 85-92.
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, R., Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., Mardiana, S., & Riana, N. (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Munizu, M., Tandiono, R., Pravitasari, E., Kardini, N. L., Hendrawan, H., Nur, T., Siswanto, A., & Manuaba, I. B. (2023). *UMKM: Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Niâ, F. & Mutaâ, T. (2023). Penyuluhan Pentingnya Pembuatan Label Produk Dan Digitalisasi Umkm Desa Krandon Kecamatan Guntur. *Abdi Pandawa: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 33-43.
- Nugroho, H., Widaningsih, S., Mandasari, R. I., Umbara, T., & Susanty, A. I. (2024). Digital Marketing Melalui Pembuatan Web Profile dan Rebranding Kelompok Wanita Tani Melati Bojongmanggung. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 50-8.
- Nurfitriya, M., Fauziah, A., Koeswandi, T. A., Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2022). Peningkatan Literasi Digital Marketing UMKM Kota Tasikmalaya. *Acitya Bhakti*, 2(1), 57.
- Pemkot Depok Miliki Empat Poin Pemulihan Ekonomi Sektor UMKM [Internet]. Kota Depok: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok; 2021 August 24 [cited 2023 Mar 14]. Available from: <https://berita.depok.go.id/pemkot-depok-miliki-empat-poin-pemulihan-ekonomi-sektor-umkm>
- Purwaningsih, E., & Muslikh, M. (2022). Kampus Merdeka Dalam Pengembangan UMKM (Suatu Model Kolaboratif Partisipatif). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 2731-40.
- Ramadani, D. F., & Syariati, A. (2020). Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar. *ICOR: Journal of Regional Economics*, 1(1).
- Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., Efdison, Z., Rahmayani, M. W., Sudrajat, J., Syamil, A., & Iswahyudi, M. S. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN & PEMASARAN UMKM: Teori & Studi Kasus*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sundah, P. M., Adeline, C., & Purba, H. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai Langkah Mewujudkan Pemulihan dan Resiliensi Pelaku Usaha di Masa Pandemi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 21 (4), 1202-6.