



Pemberdayaan Pemuda Desa melalui Pelatihan Literasi Digital dan Pendampingan Digitalisasi UMKM untuk Mendukung Ekonomi Kreatif di Desa Gumuk Rejo Boyolali

Tommy Dwi Putra^{1*}, Dewi Oktafiani¹, Rajnaparamitha Kusumastuti¹, Nurhidayanto¹, Hadis Turmudi²

¹Program Studi Teknologi Informasi, STMIK AMIKOM Surakarta, Surakarta, Indonesia

²Program Studi Informatika, STMIK AMIKOM Surakarta, Surakarta, Indonesia

Article Information

Article history:

Received Juli 10, 2026

Approved Juli 22, 2026

Keywords:

Literasi Digital; Pemuda Desa; UMKM; Ekonomi Kreatif; Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital membuka kesempatan signifikan bagi penduduk desa untuk memperbaiki literasi digital serta mengembangkan ekonomi kreatif. Akan tetapi, penggunaan teknologi oleh generasi muda di desa masih lebih banyak dipakai untuk hiburan dan belum dimanfaatkan secara optimal untuk tujuan produktif. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan pemuda desa Gumuk Rejo, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali dalam memakai teknologi digital sebagai alat promosi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sekaligus menggerakkan ekonomi kreatif desa. Program ini melibatkan 35 orang peserta, terdiri dari pemuda desa dan pelaku UMKM lokal. Pendekatan yang dipakai meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan. Materi yang disampaikan mencakup literasi digital, pembuatan konten kreatif, desain promosi dengan Canva, penyuntingan video dasar, pengelolaan media sosial UMKM, serta cara mendaftarkan usaha di Google Maps. Evaluasi kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam mengaplikasikan teknologi digital secara produktif, terbukti dari selisih nilai pretest dan posttest yang naik rata-rata 52,7%. Selain itu, peserta berhasil menciptakan konten promosi digital dan membantu sejumlah UMKM memperoleh identitas digital berupa akun media sosial serta penempatan lokasi usaha di Google Maps. Program ini membuktikan bahwa pemberdayaan pemuda melalui teknologi digital dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendorong transformasi digital dan memperkuat ekonomi kreatif di desa.

© 2026 JGEN

*Corresponding author email: dewioktafiani@dosen.amikomsolo.ac.id

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan signifikan dalam cara interaksi sosial serta aktivitas ekonomi masyarakat. Penggunaan teknologi digital kini tidak terbatas pada area perkotaan, melainkan juga mulai meluas ke daerah pedesaan (Syafi'i & Mertayasa, 2024). peningkatan keterjangkauan internet di desa menciptakan kesempatan baru bagi penduduk untuk mengembangkan ekonomi kreatif dan memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Namun, tingkat literasi digital masyarakat, terutama generasi muda di desa, masih harus ditingkatkan supaya teknologi tidak sekadar dipakai untuk hiburan (Siringoringo & Yunus, 2022).

Generasi muda memegang peran penting dalam mempercepat transformasi digital di desa karena mereka lebih cepat beradaptasi dengan teknologi dibandingkan kelompok lain (Alipu et al., 2024). pemanfaatan media sosial serta pemasaran digital dapat memperkuat kompetitifitas UMKM desa dengan memperluas pasar dan meningkatkan promosi produk. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah menghasilkan perubahan signifikan pada cara hidup masyarakat. Saat ini, internet dan smartphone tidak lagi sekadar alat komunikasi, melainkan juga platform pembelajaran dan pemasaran bisnis, hingga pengembangan ekonomi kreatif (Tiara et al., 2023). Di Indonesia, penggunaan smartphone di kalangan pemuda terus naik dengan cepat, termasuk di daerah pedesaan (Prasetyo et al., 2021). Meski demikian, akses yang luas terhadap teknologi digital belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan untuk menggunakannya secara produktif (Oktafiani et al., 2025).

Mayoritas pemuda di desa kini mengandalkan platform digital untuk bersenang-senang, seperti mengakses jejaring sosial, menonton video, serta kegiatan konsumtif lainnya (Cahyani & Widyatmoko, 2026). Situasi ini menimbulkan kontradiksi digital, di mana ketersediaan teknologi tinggi namun pemanfaatannya untuk sektor ekonomi dan peningkatan keterampilan pribadi masih minim. Padahal, generasi muda desa memiliki peluang besar untuk memimpin perubahan digital dalam komunitasnya lewat penggunaan media sosial, strategi pemasaran digital, penciptaan konten kreatif, serta dukungan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah desa (Yuangga, 2023).

Pertumbuhan ekonomi digital membuka kesempatan baru bagi warga desa untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kompetitivitas produk lokal (Fuadi et al., 2021). Produk unggulan desa, antara lain hasil pertanian, makanan olahan, kerajinan, madu, tembakau, serta produk UMKM lainnya, dapat dipromosikan lebih luas lewat media sosial dan platform digital (Arianto & Rani, 2024). Selain itu, layanan digital seperti Google Maps, katalog *online*, *marketplace*, dan media promosi visual membantu UMKM desa menjadi lebih dikenal oleh orang di luar daerah.

Di Desa Gumuk Rejo, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali terdapat peluang untuk mengembangkan UMKM yang berfokus pada produk lokal serta melibatkan pemuda desa yang aktif dalam kegiatan karang taruna. Namun, pemanfaatan teknologi digital untuk mempromosikan usaha dan mengembangkan ekonomi kreatif belum optimal, sehingga diperlukan pelatihan serta pendampingan berbasis digital (Putra et al., 2024).

Sebagai generasi yang akrab dengan teknologi, para pemuda memegang peran penting dalam membantu warga desa menyesuaikan diri dengan era digital (Rahmadani & Novita, 2025). Mereka tidak hanya sekadar memakai teknologi, melainkan juga dapat berfungsi sebagai pembuat konten, pengelola media sosial UMKM, penyunting video promosi, perancang grafis dasar, hingga pendamping digital masyarakat. Dengan kemampuan ini, pemuda dapat meningkatkan nilai ekonomi produk lokal dan sekaligus menciptakan peluang usaha baru (Erdawati & Sari, 2025).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Gumuk Rejo, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali yang memiliki potensi pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif berbasis digital. Program tersebut juga berupaya menumbuhkan kesadaran akan pentingnya etika digital, kerjasama antara pemuda dan UMKM, serta menciptakan ruang komunitas digital desa sebagai pusat pengembangan kreativitas dan ekonomi digital bagi masyarakat.

Tujuan kegiatan ini meliputi :

1. Meningkatkan pemahaman digital di kalangan pemuda desa.
2. Mengasah kemampuan pemuda dalam menciptakan konten kreatif serta melakukan promosi secara digital.
3. Membantu UMKM desa memperoleh identitas digital melalui media sosial dan Google Maps.
4. Menjalinkan kerja sama antara pemuda dan pelaku UMKM untuk mengembangkan ekonomi kreatif.
5. Mendorong terbentuknya ekosistem digital desa yang produktif dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, edukatif, serta praktik langsung (Rohman et al., 2025), melibatkan pemuda desa, karang taruna, dan pelaku UMKM lokal sebagai target utama. Pendekatan partisipatif dipilih supaya peserta bukan sekadar objek, melainkan turut aktif dalam mengidentifikasi masalah, melaksanakan pelatihan, hingga mengevaluasi program. Program ini berlangsung selama satu bulan dengan beberapa fase terstruktur, yaitu persiapan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi.

Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Acara tersebut diadakan di Desa Gumuk Rejo, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali yang memiliki peluang mengembangkan ekonomi kreatif serta UMKM berbasis digital. Target kegiatan meliputi: Pemuda desa dan anggota karang taruna, Pengusaha UMKM lokal, Warga yang tertarik pada pemasaran digital. Jumlah peserta berjumlah 35 orang dengan rentang usia 17–30 tahun. Peserta dipilih berdasarkan minat dan partisipasi aktif dalam kegiatan kepemudaan atau usaha masyarakat desa.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan untuk memastikan kegiatan berjalan secara efektif dan sesuai kebutuhan masyarakat. Kegiatan pada tahap ini meliputi :

1. Observasi Lapangan : Tim pelaksana melakukan survei terlebih dahulu di Desa Gumuk Rejo, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali untuk mengetahui kondisi masyarakat

terkait pemakaian teknologi digital, potensi usaha mikro kecil menengah di desa, serta tingkat literasi digital peserta. Temuan observasi mengindikasikan bahwa mayoritas pemuda sudah memiliki ponsel pintar, namun penggunaannya masih mayoritas untuk hiburan dan media sosial secara pasif.

2. Koordinasi dengan Pemerintah Desa : Koordinasi diadakan bersama perangkat desa Gumuk Rejo dan pengurus karang taruna untuk menetapkan waktu pelaksanaan, tempat kegiatan, serta target peserta. Selanjutnya, disusun jadwal kegiatan dan dibagi tugas-tugas bagi tim pelaksana.
3. Penyusunan Materi dan Media Pelatihan : Tim pelaksana menyiapkan bahan pelatihan berupa presentasi, modul ringkas, video tutorial, serta praktik langsung. Bahan tersebut dirancang sesuai kebutuhan peserta sehingga mudah dipahami dan dapat langsung dipraktikkan.

Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi bertujuan untuk menanamkan pemahaman dasar tentang pentingnya digitalisasi bagi komunitas desa (Christover et al., 2023). Penyuluhan dilakukan dengan format ceramah yang bersifat interaktif serta diskusi kelompok. Materi yang disampaikan mencakup:

1. Signifikansi literasi digital.
2. Penggunaan internet secara efisien.
3. Etika dan keamanan di dunia digital.
4. Risiko hoaks serta penyalahgunaan media sosial.
5. Kesempatan usaha kreatif berbasis teknologi.
6. Kontribusi pemuda dalam pengembangan desa digital.

Pada fase ini, peserta diberikan dorongan agar dapat memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan ekonomi dan kreativitas warga desa.

Tahap Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara langsung dengan memanfaatkan smartphone milik peserta, sehingga materi dapat lebih mudah diimplementasikan dalam aktivitas sehari-hari. Metode yang dipakai mengadopsi pendekatan *learning by doing* (Kartika et al., 2021), memungkinkan peserta untuk langsung mencoba setiap materi yang disampaikan. Berikut ini adalah materi-materi yang akan diajarkan :

1. Pelatihan Pembuatan Konten Digital : Para peserta diajari cara menghasilkan konten promosi untuk produk desa dengan memanfaatkan cahaya fotografi dasar lewat ponsel pintar. Materi pelatihan meliputi cara memotret produk, pengaturan cahaya, penentuan sudut foto, serta perancangan konsep konten yang kreatif.
2. Pelatihan Desain Promosi Menggunakan Canva : Para peserta dikenalkan pada aplikasi Canva untuk menyusun poster promosi, katalog digital, desain label produk, serta konten media sosial. Pelatihan mencakup penggunaan *template* hingga langkah-langkah penyuntingan desain sederhana.
3. Pelatihan Editing Video Menggunakan CapCut : Peserta mendapat pelatihan mengedit video promosi dengan aplikasi CapCut, meliputi teknik memotong video, menambahkan teks, musik, transisi, serta menyusun video promosi singkat.

4. Pelatihan Pengelolaan Media Sosial UMKM : Pelatihan ini bertujuan untuk memperkuat keahlian peserta dalam mengelola akun media sosial usaha seperti Instagram dan TikTok. Peserta akan belajar cara membuat akun bisnis, mengunggah konten, menulis keterangan promosi, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen.
5. Pelatihan Pendaftaran Usaha pada Google Maps : Para peserta dilatih cara membuat profil digital usaha di Google Maps dengan menambahkan nama usaha, alamat, foto produk, nomor kontak, serta informasi bisnis lainnya.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur ketercapaian tujuan kegiatan serta efektivitas pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan. Evaluasi menggunakan beberapa instrumen, yaitu:

1. Pretest dan posttest, untuk mengukur perubahan pengetahuan peserta mengenai literasi digital, pemasaran digital, desain promosi digital, pengeditan video, dan pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi usaha.
2. Lembar observasi, digunakan oleh tim pelaksana untuk menilai keterampilan peserta selama praktik, seperti kemampuan membuat konten promosi, mendesain poster menggunakan Canva, mengedit video dengan CapCut, mengelola media sosial UMKM, dan mendaftarkan lokasi usaha pada Google Maps.
3. *Checklist* keterampilan, digunakan untuk mengevaluasi capaian kompetensi peserta berdasarkan indikator keberhasilan pada setiap materi pelatihan.
4. Angket kepuasan peserta, digunakan untuk memperoleh umpan balik mengenai kualitas materi, metode penyampaian, pendampingan, serta manfaat kegiatan bagi peserta.

Melalui evaluasi tersebut, tim pelaksana dapat mengetahui peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta tingkat kepuasan peserta sebagai dasar penilaian keberhasilan program pengabdian.

Teknik Analisis Data

Data hasil kegiatan dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Data kuantitatif yang diperoleh dari hasil pretest dan posttest dianalisis menggunakan persentase peningkatan nilai rata-rata peserta untuk menggambarkan perubahan pengetahuan setelah mengikuti pelatihan. Persentase peningkatan dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Persentase Peningkatan} = \frac{\text{Nilai Posttest} - \text{Nilai Pretest}}{\text{Nilai Pretest}} \times 100\%$$

Sementara itu, data yang diperoleh melalui lembar observasi, checklist keterampilan, dan angket kepuasan dianalisis secara deskriptif dengan mengelompokkan hasil berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Analisis tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat penguasaan keterampilan peserta, ketercapaian luaran kegiatan, serta respons peserta terhadap pelaksanaan program pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat yang menitikberatkan pada pemberdayaan pemuda desa Gumuk Rejo, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali melalui teknologi digital dilaksanakan dengan melibatkan 35 peserta, meliputi pemuda desa, anggota karang taruna, dan pelaku UMKM lokal. Kegiatan mencakup sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, serta pendampingan yang berfokus pada literasi digital dan pemasaran digital berbasis media sosial. Hasil observasi awal menunjukkan mayoritas peserta sudah memiliki smartphone, namun penggunaannya masih didominasi oleh hiburan dan aktivitas media sosial pasif. Oleh karena itu, program difokuskan pada peningkatan pemanfaatan teknologi secara produktif untuk mendukung ekonomi kreatif desa.

Implementasi Sosialisasi Literasi Digital

Kegiatan ini bertujuan untuk memperdalam pengetahuan peserta tentang esensi literasi digital, norma dalam memakai media sosial, aspek keamanan di dunia maya, serta kesempatan ekonomi kreatif yang didukung teknologi. Mereka diberikan wawasan bahwa platform digital dapat difungsikan sebagai alat promosi bisnis, penggerak kreativitas, serta cara meningkatkan pendapatan warga desa. Selama diskusi, peserta memperlihatkan semangat yang besar, khususnya pada topik pemasaran digital dan peluang usaha yang memanfaatkan media sosial.

Output Pelatihan Konten Kreatif

Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara praktis dengan memanfaatkan smartphone masing-masing peserta. Topik yang diajarkan antara lain:

1. Fotografi produk dasar.
2. Desain materi promosi lewat Canva.
3. Pengeditan video promosi memakai CapCut.
4. Manajemen media sosial untuk UMKM.

Temuan dari pelatihan mengindikasikan bahwa peserta dapat menghasilkan foto produk, poster promosi, serta video sederhana demi keperluan pemasaran digital UMKM di desa. Lebih jauh, peserta mulai menyadari nilai penting visual produk dan taktik komunikasi digital untuk menarik perhatian konsumen.

Pendampingan Digitalisasi UMKM

Pendampingan dilakukan untuk membantu UMKM di desa Gumuk Rejo memiliki identitas digital dan memperluas pemasaran produk melalui media online. Kegiatan pendampingan meliputi:

1. Pembuatan akun Instagram dan TikTok usaha.
2. Penyusunan katalog digital produk.
3. Pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps.
4. Pengunggahan konten promosi digital.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa beberapa UMKM yang sebelumnya belum memiliki media promosi digital kini telah memiliki akun media sosial dan lokasi usaha digital sehingga lebih mudah diakses dan dikenal oleh masyarakat.

Tabel 1. Luaran Program Pendampingan Digitalisasi UMKM

No	Jenis Kegiatan	Hasil
1	Pembuatan Akun Media Sosial UMKM	8 Akun
2	Pendaftaran Google Map Usaha	6 Lokasi
3	Pembuatan Katalog Digital	5 Katalog
4	Konten Promosi Digital	20 Konten

Berdasarkan Tabel 1, luaran kegiatan menunjukkan bahwa peserta telah mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan ke dalam praktik nyata. Luaran terbanyak berupa 20 konten promosi digital, diikuti dengan 8 akun media sosial UMKM, 6 lokasi usaha yang berhasil didaftarkan pada Google Maps, serta 5 katalog digital yang digunakan sebagai media promosi produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta mengenai literasi digital, tetapi juga menghasilkan produk nyata yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran. Luaran ini mencerminkan keberhasilan pendekatan berbasis praktik (*learning by doing*) yang mendorong peserta untuk langsung menerapkan keterampilan digital dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Desa Gumuk Rejo.

Hasil Penilaian Kegiatan

Penilaian dilakukan dengan memakai metode pretest dan posttest untuk menilai peningkatan pemahaman peserta mengenai literasi digital serta pemasaran digital.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pretest dan Posttest Peserta

No	Indikator Penilaian	Pretest	Posttest
1	Literasi Digital	58	84
2	Pemasaran Digital	60	86
3	Desain Digital	50	82
4	Editing Video	48	80
5	Pemanfaatan Google Map	57	85

Berdasarkan tabel 2, seluruh indikator mengalami peningkatan setelah peserta mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan. Peningkatan terbesar terlihat pada indikator editing video, yaitu dari nilai 48 menjadi 80, sedangkan indikator desain digital meningkat dari 50 menjadi 82. Indikator literasi digital, pemasaran digital, dan pemanfaatan Google Maps juga mengalami peningkatan yang cukup tinggi dengan nilai akhir masing-masing 84, 86, dan 85. Hasil tersebut menunjukkan bahwa materi pelatihan mampu meningkatkan kompetensi peserta secara menyeluruh, baik pada aspek pengetahuan maupun keterampilan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung promosi dan digitalisasi UMKM.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata peserta meningkat dari 54,6 pada pretest menjadi 83,4 pada posttest atau mengalami kenaikan sebesar 28,8 poin (52,7%). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kombinasi metode sosialisasi, pelatihan berbasis praktik, dan pendampingan intensif efektif dalam meningkatkan kompetensi digital peserta. Dengan demikian, tujuan kegiatan untuk memperkuat literasi digital dan kemampuan

pemanfaatan teknologi dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif desa dapat dicapai dengan baik.



Gambar 1. Pendampingan dan Pelatihan Bersama Peserta

Pembahasan

Program pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital yang dipadukan dengan pendampingan praktik mampu meningkatkan kompetensi digital peserta secara nyata. Hal tersebut terlihat dari peningkatan nilai rata-rata pretest sebesar 54,6 menjadi 83,4 pada posttest atau mengalami peningkatan sebesar 28,8 poin (52,7%). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik (*learning by doing*) memberikan pengalaman belajar yang lebih efektif dibandingkan penyampaian materi secara teoritis karena peserta dapat langsung menerapkan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kartika et al. (2021) yang menyatakan bahwa pendekatan *learning by doing* mampu meningkatkan penguasaan keterampilan peserta melalui pengalaman belajar secara langsung. Selain itu, hasil kegiatan ini juga mendukung temuan Putra et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik pada pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menghasilkan media promosi digital untuk mendukung pengembangan usaha.

Pelatihan pembuatan konten digital menggunakan Canva dan CapCut menghasilkan berbagai luaran berupa poster promosi, katalog digital, serta video promosi sederhana yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. Kemampuan peserta dalam menghasilkan konten visual menunjukkan bahwa media digital tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media pemasaran yang mampu meningkatkan daya tarik produk. Temuan ini memperkuat hasil kegiatan Tiara et al. (2023) yang menjelaskan bahwa pendampingan pembuatan konten media sosial mampu meningkatkan kualitas promosi UMKM dan memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital. Dengan demikian, pelatihan desain dan pengeditan konten menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung transformasi digital UMKM di tingkat desa.

Pendampingan digitalisasi UMKM melalui pembuatan akun media sosial dan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan identitas digital pelaku usaha. Sebanyak delapan UMKM berhasil memiliki akun media sosial usaha dan enam lokasi usaha berhasil didaftarkan pada Google Maps

sehingga mempermudah calon konsumen memperoleh informasi mengenai lokasi dan produk yang ditawarkan. Hasil ini sejalan dengan kegiatan pengabdian Oktafiani et al. (2025) yang melaporkan bahwa pemanfaatan platform digital dan layanan berbasis internet mampu meningkatkan visibilitas UMKM sekaligus memperluas akses pemasaran produk. Identitas digital yang dimiliki UMKM juga menjadi langkah awal dalam membangun ekosistem pemasaran digital yang lebih berkelanjutan.

Keberhasilan program ini juga menunjukkan bahwa keterlibatan pemuda desa sebagai agen perubahan memiliki peran strategis dalam mendukung transformasi digital masyarakat. Pemuda tidak hanya menjadi peserta pelatihan, tetapi juga berperan sebagai pendamping bagi pelaku UMKM dalam mengoperasikan media sosial, membuat konten promosi, serta mengelola identitas digital usaha. Kondisi tersebut mendukung pendapat Yuangga (2023) yang menyatakan bahwa generasi muda memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi sehingga berpotensi menjadi motor penggerak transformasi digital di lingkungan masyarakat. Peran aktif pemuda dalam kegiatan ini turut memperkuat kolaborasi antara komunitas kepemudaan dan pelaku UMKM dalam mengembangkan ekonomi kreatif desa.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa kombinasi antara sosialisasi, pelatihan berbasis praktik, dan pendampingan intensif mampu meningkatkan literasi digital sekaligus memperkuat kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian Rasenda et al. (2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi UMKM merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha melalui pemanfaatan teknologi informasi dan pemasaran digital. Meskipun pelaksanaan kegiatan masih menghadapi kendala berupa keterbatasan kualitas jaringan internet dan perbedaan kemampuan awal peserta, hambatan tersebut dapat diatasi melalui pendampingan bertahap dan kolaborasi antarpeserta. Oleh karena itu, model pemberdayaan berbasis pelatihan dan pendampingan digital seperti yang diterapkan pada kegiatan ini berpotensi direplikasi di desa lain yang memiliki karakteristik serupa untuk mempercepat transformasi digital dan pengembangan ekonomi kreatif masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Desa Gumuk Rejo, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali berhasil meningkatkan pengetahuan digital serta kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi secara efektif. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan, peserta kini dapat menghasilkan konten promosi digital, mengelola media sosial UMKM, dan memakai Google Maps sebagai identitas digital usaha mereka. Inisiatif ini juga mendorong terbentuknya kolaborasi antara pemuda dan pelaku UMKM untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif desa berbasis teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Alipu, R., Musa, F. T., & Harold, R. (2024). Animo Bertani di Kalangan Generasi Muda di Desa Bandungan Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango. *Dynamics of Rural Society Journal*, 2(2), 51–61. <https://doi.org/10.37905/drsj.v2i2.48>

- Cahyani, A. A., & Widyatmoko. (2026). Analisis TikTok Shop, live streaming, dan harga terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z. *Solusi*, 24(1), 138–154. <https://doi.org/10.26623/slsi.v24i1.13717>
- Christover, D., Hidayattullah, A. S., & Mawarni, I. (2023). Penerapan konsep-konsep digitalisasi dalam pelayanan publik di Kantor Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara. *Journal of Research and Development on Public Policy*, 2(2), 199–214. <https://doi.org/10.58684/jarvic.v2i2.73>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic review: Strategi pemberdayaan pelaku UMKM menuju ekonomi digital melalui aksi sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Kartika, M., Khoiri, N., Sibuea, N. A., & Rozi, F. (2021). Learning by doing, training and life skills. *MUDABBIR: Journal Research and Education Studies*, 1(2), 91–103. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v1i2.80>
- Oktafiani, D., Kusumastuti, R., Putra, T. D., & Turmudi, H. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Literasi Digital dan Penggunaan E-Commerce. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 581–588. <https://doi.org/10.60126/jgen.v3i4.1147>
- Prasetyo, B., Rahadiantino, L., Hanoraga, T., Subali, E., Hendrajati, E., & Agustin, D. S. Y. (2021). Pelatihan Bisnis Berbasis Smartphone pada Komunitas Keputih Surabaya. *Sewagati*, 5(1), 67–72. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i1.8134>
- Putra, T. D., Kusumastuti, R., Abdullah, R. W., Oktafiani, D., & Turmudi, H. (2024). Pelatihan Pembuatan Video Profile Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pendaftaran Siswa di SD Negeri 2 Ngesrep Boyolali. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 533–541. <https://doi.org/10.60126/jgen.v2i2.653>
- Rohman, F., Saputra, R., Rasinta, I., Viyona, M., Daulay, D. P., Aini, L., Indriyani, I., Pratama, Y. Z., Fortuna, D., Lisani, L., & Tafzi, F. (2025). Pelatihan Hidroponik sebagai Upaya Pemberdayaan Generasi Z dalam Mendukung Ketahanan Pangan Berkelanjutan. *JDISTIRA: Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi kepada Masyarakat*, 5(2), 307–312. <https://doi.org/10.58794/jdt.v5i2.1438>
- Rasenda, Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 52–59. <https://doi.org/10.9030/jubisdigi.v1i1.936>
- Siringoringo, E. D. M., & Yunus, M. (2022). Analisis revitalisasi desa wisata dengan mengoptimalkan ekonomi kreatif melalui UMKM berbasis digital pada Desa Sigapiton. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(4), 3751–3760. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1135>
- Syafi'i, A., & Mertayasa, A. (2024). Penggunaan teknologi tepat guna dalam upaya pengembangan ekonomi pedesaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. *CAKRAWALA*, 7(2), 475–481. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v7i02.635>

- Tiara, C., Rochmaniah, A., & Febriana, P. (2023). Pendampingan UMKM sambal kemasan dalam menghadapi persaingan ekonomi kreatif pada media sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 204–209. <https://doi.org/10.30651/jpm.v6i1.16311>
- Yuangga, K. D. (2023). Transformasi Digital dalam Pendidikan Ekonomi: Menyiapkan Generasi Muda untuk Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital. *JIIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(6), 4507–4517. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i6.2410>