https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3
P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546

Efektivitas Pelatihan Literasi Digital terhadap Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga di Kelurahan Baktijaya, Depok

[1]Fahrul Nurzaman, [2]Asril Basry, [3]Dian Gustina, [4]Agus Wismo Widodo, [5]Jhonny Z.A, [6]Tomy Hendarman,
[1,6]Teknik Informatika, Universitas Persada Y.A.I, Jakarta
[2,3,4,5]Sistem Informasi, Universitas Persada Indonesia, Jakarta

E-mail: [1]fahrul.nurzaman@upi-yai.ac.id, [2]asril.basyri@upi-yai.ac.id,
[3]dian.gustina@upi-yai.ac.id, [4]agus.wismo @upi-yai.ac.id,
[5] jhonny.za @upi-yai.ac.id, [6]tomy.hendarman@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Minimnya penguasaan teknologi digital di kalangan ibu-ibu yang berperan sebagai kepala keluarga menjadi latar belakang utama diselenggarakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yang berfokus pada penguatan kompetensi digital sebagai upaya mendukung kemandirian ekonomi rumah tangga di Kelurahan Baktijaya, Kota Depok. Pada masa ketika roda perekonomian semakin bergantung pada perangkat teknologi, kemampuan mengoperasikan sarana digital bukan lagi pilihan, melainkan sebuah keharusan. Guna merealisasikan sasaran tersebut, tim pelaksana menyusun sesi pelatihan yang bersifat partisipatif dan interaktif, serta menyertakan instrumen evaluasi berupa kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan (pre-test dan post-test) untuk mengetahui besarnya dampak yang dihasilkan. Sebanyak 20 orang turut serta dalam kegiatan ini, mayoritas berusia produktif antara 31 hingga 45 tahun, berpendidikan terakhir SMA sampai Diploma III, berstatus menikah dan memiliki anak, dengan profesi sebagai ibu rumah tangga maupun pelaku usaha kecil. Berdasarkan data kuantitatif, capaian rata-rata peserta naik tajam dari 65,6% pada pengukuran awal menjadi 100% pada pengukuran akhir, sebuah lonjakan yang cukup berarti. Kenaikan paling signifikan terlihat pada aspek pemahaman penggunaan marketplace, dengan tambahan sembilan peserta yang menguasai materi tersebut, diikuti pemahaman WhatsApp Business dengan tambahan delapan peserta. Di sisi lain, hasil kajian kualitatif memperlihatkan adanya perubahan pola pikir peserta terhadap teknologi digital, dari yang semula dipandang sekadar sarana hiburan menjadi alat strategis penguat ekonomi keluarga. Secara umum, kegiatan Abdimas ini terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital sekaligus membuka peluang kemandirian ekonomi bagi perempuan kepala keluarga.

Kata kunci : Literasi Digital, Pemberdayaan Perempuan, Abdimas, Kemandirian Ekonomi

ABSTRACT

This community outreach program was initiated in response to the limited digital competence observed among female household heads, aiming to strengthen their digital capabilities as a means of supporting family economic independence in Baktijaya Sub-district, Depok. Given that today's economy is increasingly driven by technology, mastery of digital tools has become an essential requirement rather than an option. To meet this need, the implementation team developed an interactive, practice-based training program and used pre- and post-training questionnaires to

P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546
https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3

measure its effectiveness. The program involved twenty participants, most of whom were of productive age (31–45 years), had completed education ranging from senior high school to associate degree level, were married with children, and worked either as homemakers or independent business operators. Quantitatively, participants' average scores rose markedly, from 65.6 percent prior to the training to a complete 100 percent afterward. The most notable improvement was recorded in participants' understanding of online marketplace platforms, with nine additional participants demonstrating mastery, followed by WhatsApp Business, where eight more participants gained proficiency. Qualitative observations further revealed a shift in participants' perception of digital technology, moving away from viewing it merely as entertainment toward recognizing its strategic role in strengthening household economic resilience. Overall, the outreach activity proved effective in enhancing digital literacy while simultaneously paving the way toward greater economic independence for women serving as heads of households.

Keywords: Digital Literacy, Women Empowerment, Community Service (Abdimas), Economic Independence

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat telah mengubah secara mendasar pola interaksi sosial maupun cara masyarakat menjalankan kegiatan ekonomi sehari-hari. Dalam situasi seperti ini, penguasaan literasi digital menjadi salah satu kompetensi penting yang wajib dimiliki, terutama oleh perempuan yang berperan sebagai kepala keluarga karena mereka menanggung beban ganda, yaitu mengurus urusan rumah tangga sekaligus berperan sebagai pencari nafkah utama. Fakta di lapangan, khususnya di wilayah Kelurahan Baktijaya, Kota Depok, memperlihatkan bahwa pengetahuan warga mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung usaha berskala kecil masih relatif rendah. Kondisi kesenjangan inilah yang mendasari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dengan tujuan meningkatkan kemampuan literasi digital sebagai upaya memperkuat kemandirian ekonomi keluarga.

2. PERMASALAHAN MITRA

Sasaran dari kegiatan Abdimas ini adalah komunitas perempuan kepala keluarga yang berdomisili di Kelurahan Baktijaya, Depok. Berdasarkan penelusuran awal, ditemukan tiga persoalan pokok yang dihadapi mitra:

1. Pemahaman literasi digital yang masih tergolong rendah.
2. Pemanfaatan media sosial dan platform marketplace untuk kegiatan usaha yang belum optimal.
3. Terbatasnya akses terhadap informasi seputar aplikasi bisnis berbasis digital.

3. METODOLOGI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Abdimas) ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang disusun secara sistematis, yaitu:

1. Penggalian Masalah dan Kebutuhan

Pada tahap awal, tim melakukan pengamatan langsung di lapangan disertai wawancara singkat guna memetakan kebutuhan riil perempuan kepala keluarga di Kelurahan Baktijaya, Depok. Hasil penggalian data ini menunjukkan bahwa penguasaan literasi digital di kalangan warga masih terbatas, terutama dalam memanfaatkan teknologi guna mendukung usaha kecil dan memperkuat ketahanan ekonomi keluarga.

2. Penyusunan Rencana dan Materi Pelatihan

Mengacu pada hasil identifikasi kebutuhan tersebut, tim kemudian menyusun modul pelatihan literasi digital

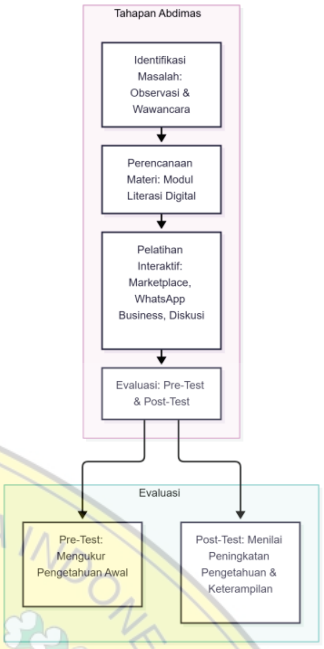
https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3
P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546

yang di dalamnya mencakup teknik penggunaan marketplace, optimalisasi WhatsApp Business, hingga strategi pemasaran digital yang sederhana namun aplikatif.

3. Penyelenggaraan Pelatihan secara Interaktif

Pelatihan dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif yang menggabungkan penyampaian materi tatap muka, praktik langsung, serta diskusi kelompok. Pendekatan ini dipilih agar peserta dapat berperan aktif dan benar-benar memahami materi secara aplikatif, bukan hanya secara teoretis. Keberhasilan program diukur melalui dua instrumen evaluasi, yakni pre-test dan post-test. Pre-test dilakukan sebelum pelatihan dimulai untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal peserta sebagai data dasar (baseline), sedangkan post-test dilaksanakan setelah pelatihan selesai untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang dicapai. Kedua instrumen tersebut menjadi bagian penting dalam metode Abdimas karena berfungsi sebagai alat ukur ilmiah yang menjamin pertanggungjawaban akademik atas pelaksanaan kegiatan.

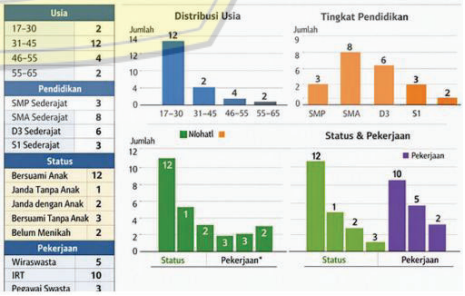
Tahapan metodologi kegiatan ini secara ringkas digambarkan pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1 Tahapan Metode PKM

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Abdimas ini digelar pada 21 Mei 2026 di Kelurahan Baktijaya, Depok, dengan jumlah peserta mencapai 20 orang, seluruhnya kaum ibu. Profil demografis peserta tergambar dalam grafik yang disajikan pada bagian berikut.



Gambar 2 Grafik Profiling Peserta Kegiatan Abdimas

Interprestasi awal dari profiling peserta kegiatan Abdimas adalah sebagai berikut :

P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546
https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3

- Mayoritas responden berada di usia produktif (31–45 tahun).
- Tingkat pendidikan dominan adalah SMA–D3.
- Status keluarga paling banyak adalah bersuami dengan anak, menunjukkan tanggung jawab ekonomi keluarga.
- Pekerjaan didominasi oleh IRT dan wiraswasta, sesuai dengan fokus pemberdayaan perempuan kepala keluarga.

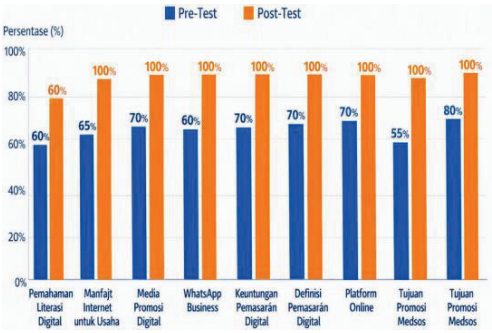
Berikut tabel indikator valid dari soal kuisioner pre-test dan post-test.

No	Soal Kuisioner	Indikator yang Diukur	Relevansi terhadap Efektivitas Pelatihan
1	Definisi literasi digital	Pemahaman konseptual dasar literasi digital	Menunjukkan peningkatan pengetahuan dasar peserta tentang literasi digital
2	Manfaat internet bagi usaha	Kesadaran fungsi internet untuk usaha kecil	Mengukur pemahaman peserta bahwa internet dapat mendukung pemasaran dan komunikasi
3	Media digital untuk promosi	Pengetahuan praktis tentang platform promosi	Menilai kemampuan peserta memilih media digital yang tepat untuk usaha
4	Fungsi WhatsApp Business	Keterampilan praktis komunikasi usaha	Mengukur pemahaman peserta dalam menggunakan aplikasi untuk promosi dan
5	Keuntungan pemasaran digital	Pemahaman dampak strategis pemasaran digital	Menunjukkan kesadaran peserta bahwa digital marketing memperluas jangkauan pasar
6	Konsep pemasaran digital	Pemahaman definisi operasional pemasaran digital	Mengukur kemampuan peserta membedakan pemasaran tradisional dan digital
7	Platform penjualan online	Pengetahuan praktis tentang marketplace	Menilai keterampilan peserta dalam memanfaatkan marketplace untuk menjual
8	Tujuan promosi media sosial	Pemahaman tujuan strategis promosi	Mengukur kesadaran peserta bahwa promosi digital bertujuan meningkatkan penjualan

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa :

- Semua soal kuisioner **tepat sasaran** karena mengukur aspek konseptual (pengetahuan dasar), praktis (aplikasi platform digital), dan strategis (pemanfaatan teknologi untuk pemberdayaan ekonomi).
- Dengan indikator ini, hasil pre-test dan post-test dapat dijadikan **bukti valid** bahwa pelatihan literasi digital efektif dalam meningkatkan kapasitas perempuan kepala keluarga.

Perbandingan hasil pre-test dan post-test terkait literasi digital ditampilkan pada Gambar 3 berikut ini:



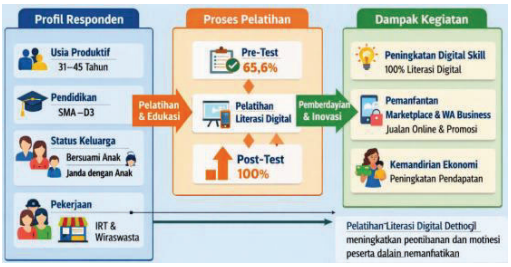
Gambar 3 Grafik Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post Test

Ditinjau secara kuantitatif, data pre-test dan post-test memperlihatkan kenaikan yang cukup berarti pada seluruh indikator literasi digital yang diukur. Skor rata-rata yang semula 65,6% pada tahap pre-test naik menjadi 100% pada tahap post-test, yang mengindikasikan bahwa seluruh peserta mengalami peningkatan pemahaman setelah mengikuti kegiatan pelatihan. Kenaikan paling tinggi tercatat pada indikator pemahaman penggunaan marketplace, dengan tambahan sembilan peserta yang menguasai materi tersebut, disusul oleh indikator pemanfaatan WhatsApp Business dengan tambahan delapan peserta. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Wahyuni, Fitria, dan Wulansari (2026) yang menyatakan bahwa metode pelatihan berbasis praktik nyata lebih berhasil meningkatkan kecakapan digital perempuan kepala keluarga. Adapun kenaikan paling kecil terjadi pada indikator pemahaman tujuan promosi melalui media sosial, dengan tambahan empat peserta, yang mengisyaratkan bahwa dimensi strategis dalam kegiatan promosi masih perlu diperdalam lebih lanjut. Secara deskriptif statistik, hasil ini menegaskan bahwa pelatihan literasi digital yang diselenggarakan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengoperasikan teknologi digital guna mendukung usaha kecil sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi keluarga (Ngafidin et al., 2026).

https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3
P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546

Sementara dari sisi kualitatif, hasil wawancara serta pengamatan selama pelatihan berlangsung memperlihatkan adanya pergeseran persepsi dan sikap peserta terhadap teknologi digital. Sebelum mengikuti pelatihan, kebanyakan peserta memandang perangkat digital semata-mata sebagai sarana hiburan atau alat komunikasi pribadi. Namun setelah pelatihan, muncul kesadaran bahwa teknologi digital memiliki peran strategis dalam mendongkrak pendapatan sekaligus memperluas jaringan usaha. Temuan ini sejalan dengan pandangan Huyer (2015) yang menekankan pentingnya peran literasi digital dalam proses pemberdayaan perempuan, khususnya dalam ranah ekonomi rumah tangga. Selain itu, peserta juga memperlihatkan peningkatan rasa percaya diri dalam mengoperasikan aplikasi digital, seperti marketplace dan WhatsApp Business, sehingga mereka mulai berani mempromosikan produk secara daring, mengelola interaksi dengan pelanggan, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Hasil ini selaras dengan pandangan Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017) yang menyebutkan bahwa pemanfaatan media digital mampu memperkuat daya saing usaha kecil sekaligus mendorong kemandirian ekonomi. Dengan kata lain, kegiatan pelatihan ini tidak sekadar meningkatkan kemampuan teknis peserta, melainkan juga memberikan dampak pemberdayaan pada aspek psikologis dan sosial, sejalan dengan tujuan Abdimas dalam memperkuat kedudukan perempuan kepala keluarga di tengah ekonomi digital.

Hubungan antara profil responden dengan dampak kegiatan Abdimas dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4 Grafik Keterhubungan Profil Responden dengan Literatur Digital

Hasil ini membuktikan bahwa literasi digital berperan efektif sebagai sarana pemberdayaan bagi perempuan kepala keluarga. Terlihat adanya keterkaitan antara karakteristik responden dengan proses adaptasi, di mana peserta dengan usia produktif serta tingkat pendidikan menengah hingga tinggi cenderung lebih cepat menyesuaikan diri, sedangkan peserta berstatus ibu rumah tangga maupun janda dengan anak menunjukkan dorongan motivasi ekonomi yang lebih besar. Kondisi ini memperkuat teori literasi digital yang menyoroti pentingnya pemanfaatan teknologi untuk memperkuat kapasitas, baik pada level individu maupun komunitas.

Hasil dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 5 Sosialisasi Kegitan Abdimas

P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546
https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i3



Gambar 6 Saat Kegiatan Pelatihan Berlanngsung

5. KESIMPULAN

1. Pelatihan Abdimas berhasil mendorong peningkatan literasi digital peserta secara signifikan, dari 65,6% menjadi 100%.
2. Perempuan kepala keluarga di Kelurahan Baktijaya kini mampu memahami sekaligus memanfaatkan teknologi digital secara nyata untuk menunjang usaha mereka.
3. Terdapat keterkaitan erat antara profil responden dan hasil kuisioner, di mana usia produktif serta motivasi ekonomi menjadi dua faktor kunci yang menentukan keberhasilan program.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi kepada Pemerintah Kelurahan Baktijaya, Depok, serta seluruh peserta kegiatan Abdimas atas partisipasi aktifnya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Fakultas Teknik Universitas Persada Indonesia Y.A.I, mitra kegiatan, dan tim dosen yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Pearson Education Limited.

Gilster, P. (1997). Digital literacy. Wiley.

Hafkin, N., & Huyer, S. (2007). Women and gender in ICT statistics and indicators for development. Information Technologies & International Development, 4(2), 25–41.

Huyer, S. (2015). Gender and ICT: Emerging issues in Africa. Gender, Technology and Development, 19(2), 223–244.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Wiley.

Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. Communication Review, 7(1), 3–14.

Ngafidin, K. N. M., Astiti, S., Kusumawardani, D. M., Safitri, S. T., Amriza, R. N. S., & Sukmadiningtyas, S. (2026). Pemberdayaan perempuan desa melalui pemanfaatan media sosial: Studi kasus kader PKK dan WANI LEmPER Desa Ampelsari. RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat, 10(1), 45–58.

Nugroho, A. (2019). Peran pemuda dalam pengembangan desa wisata berbasis komunitas. Jurnal Pariwisata Indonesia, 15(2), 45–56.

Pratama, R. (2020). Efektivitas pelatihan digital marketing terhadap peningkatan kompetensi wirausaha muda. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 8(1), 23–34.

Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation (4th ed.). Kogan Page.

Strauss, J., & Frost, R. (2014). E-marketing (7th ed.). Pearson Education.

P-ISSN : 2654-5721
E-ISSN : 2654-7546

Wahyuni, W., Fitria, F., & Wulansari, F. (2026). Pemberdayaan ibu rumah tangga melalui edukasi literasi digital untuk meningkatkan partisipasi ekonomi di era teknologi di Kota Makassar. Jurnal Kesejahteraan Sosial, 9(4), 107–120.

Warschauer, M. (2003). Technology and social inclusion: Rethinking the digital divide. MIT Press.