

Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Smartphone Untuk Bisnis Digital Pada PKK Kutilang Rw 07

Perumahan Papan Mas Tambun

Nicodias Palasara¹, Dewi Yuliandari², Supriatin³, Asriani Natong⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Sarana Informatika

Cikarang Square, Jl. Cibarusah Raya No.168, Pasirsari, Cikarang Sel.,

Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, 17550

e-mail: 1nico.ncp@bsi.ac.id, 2dewi.dwy@bsi.ac.id, 3supriatin.spr@bsi.ac.id,

4asriani.aog@bsi.ac.id

Info Artikel

Diterima:22-10-2025

Direvisi: 30-10-2025

Disetujui : 12-11-2025

Abstrak - Perkembangan teknologi digital di era revolusi industri 4.0 telah membuka peluang besar dalam bidang ekonomi, terutama melalui pemanfaatan smartphone sebagai sarana bisnis. Namun, masih banyak masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, yang belum mampu memanfaatkan teknologi ini secara produktif. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan literasi digital dan keterampilan bisnis daring anggota PKK Kutilang RW 07, Perumahan Papan Mas Tambun. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui metode ceramah interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung (*hands-on training*). Materi meliputi pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi *Canva*, pengelolaan akun bisnis di *WhatsApp Business* dan *Instagram*, serta strategi *personal branding* untuk membangun kepercayaan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep bisnis digital, kemampuan membuat konten promosi, dan kepercayaan diri dalam memasarkan produk secara daring. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis komunitas mampu meningkatkan keterampilan digital sekaligus memberdayakan ekonomi keluarga. Model pelatihan ini juga berpotensi dikembangkan menjadi program pendampingan berkelanjutan dan diterapkan di komunitas lain sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi.

Kata Kunci : Bisnis Online, Pelatihan Digital, Pelatihan Digital, Bisnis Online

Abstracts - The rapid development of digital technology in the Industrial Revolution 4.0 era has created vast economic opportunities, particularly through the use of smartphones for business activities. However, many communities, especially housewives in the PKK group, have not been able to utilize this technology productively. Based on this issue, this community service activity aimed to improve digital literacy and online business skills among members of PKK Kutilang RW 07, Papan Mas Tambun Housing Complex. The training applied a participatory approach through interactive lectures, demonstrations, and hands-on practice. The materials included creating promotional content using the Canva application, managing business accounts on WhatsApp Business and Instagram, and developing personal branding strategies to build customer trust. The results showed a significant increase in participants' understanding of digital business concepts, promotional content creation skills, and confidence in marketing products online. This activity proved that community-based training effectively enhances digital competence while empowering household economies. The training model can be further developed into a sustainable mentoring program and replicated in other communities as a form of technology-based social empowerment.

Keywords : Community Empowerment, Digital Training, Online Business

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan revolusi industri 4.0, perkembangan teknologi digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi (Chaffey, 2025). Smartphone, yang semula hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, kini telah bertransformasi menjadi perangkat multifungsi yang mampu mengakses informasi, membangun interaksi sosial, serta membuka peluang usaha secara luas (Hootsuite, 2024). Kemudahan akses internet dan maraknya platform digital telah mendorong lahirnya ekonomi digital yang ditandai dengan pesatnya pertumbuhan bisnis daring, pemasaran digital, dan transaksi elektronik. Fenomena ini



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

menjadikan teknologi sebagai instrumen utama dalam menggerakkan aktivitas ekonomi masyarakat modern (Kotler & Arsmstrong, 2024; Ries & Trout, 2001).

Namun di balik potensi besar tersebut, masih terdapat kesenjangan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital secara produktif, terutama di tingkat masyarakat akar rumput. Kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Kutilang RW 07 di Perumahan Papan Mas Tambun merupakan salah satu komunitas yang memiliki potensi besar dalam pemberdayaan ekonomi keluarga. Sebagian besar anggotanya adalah ibu rumah tangga yang telah memiliki smartphone dan akses internet, tetapi penggunaannya masih terbatas pada fungsi komunikasi serta aktivitas media sosial yang bersifat konsumtif, seperti WhatsApp, Facebook, atau Instagram untuk hiburan semata. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, diketahui bahwa banyak anggota PKK yang memiliki keterampilan dan produk unggulan seperti kerajinan tangan, makanan ringan, dan kuliner rumahan. Namun, usaha-usaha tersebut masih dijalankan secara konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas di lingkungan sekitar. Minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, pengelolaan toko online, pembuatan konten promosi, serta pemahaman terhadap keamanan transaksi daring menjadi hambatan utama dalam mengembangkan potensi ekonomi keluarga mereka.

PKK Kutilang RW 07 berlokasi di Jl. Mas Indah No.19, Desa Setia Mekar, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, di bawah kepengurusan RW 07 Perumahan Papan Mas yang dipimpin oleh Bapak H. Salim, S.H. Struktur organisasi PKK yang terdiri atas empat kelompok kerja (Pokja) mencerminkan komitmen terhadap kegiatan pemberdayaan masyarakat, mulai dari bidang pendidikan dan keterampilan, ekonomi keluarga, hingga pembinaan perilaku hidup bersih dan sehat. Kondisi ini menunjukkan bahwa PKK Kutilang memiliki sistem yang aktif dan potensial sebagai mitra pengabdian masyarakat.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, diperlukan intervensi berupa pelatihan yang mampu menjembatani kesenjangan keterampilan digital di kalangan ibu-ibu PKK agar mereka dapat mengoptimalkan potensi teknologi yang dimiliki. Untuk itu, kegiatan *Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Smartphone untuk Bisnis Digital* dirancang sebagai upaya peningkatan literasi digital dan pemberdayaan ekonomi keluarga. Melalui kegiatan ini, peserta dibekali dengan keterampilan dalam menggunakan smartphone untuk kegiatan produktif, memilih dan mengelola platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan marketplace (Shopee, Tokopedia), membuat konten visual yang menarik, memahami dasar pemasaran digital, membangun merek pribadi (*personal branding*), serta melakukan transaksi daring dengan aman. Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas digital dan kepercayaan diri anggota PKK dalam memanfaatkan teknologi untuk kegiatan ekonomi produktif. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga berperan sebagai katalisator bagi lahirnya pelaku usaha mikro yang kreatif, mandiri, dan berkelanjutan. Pada akhirnya, pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi ini diharapkan dapat memperkuat kemandirian keluarga serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di lingkungan RW 07 Perumahan Papan Mas Tambun.



Gambar 1 Gedung PKK Kutilang RW 07 Perumahan Papan Mas Tambun

II. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana peserta dilibatkan secara aktif dalam seluruh proses kegiatan. Desain ini dipilih agar pelatihan tidak hanya menjadi sarana penyampaian materi, tetapi juga memberikan pengalaman langsung kepada peserta untuk mempraktikkan keterampilan yang diajarkan. Pendekatan ini sesuai dengan pandangan Detlor dkk. (2022) bahwa pembelajaran berbasis partisipasi mampu meningkatkan kemampuan teknologi masyarakat karena mendorong proses belajar yang kontekstual dan aplikatif. Kegiatan dilaksanakan pada Sabtu, 25 Oktober 2025, di Sekretariat PKK Kutilang RW 07, Perumahan Papan Mas Tambun, Desa Setia Mekar, Kabupaten Bekasi. Kegiatan berlangsung selama tiga

jam, mulai pukul 09.00 hingga 12.00 WIB, dengan peserta sebanyak 20 orang anggota aktif PKK. Tim pelaksana terdiri atas dosen dan mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika yang berperan sebagai fasilitator, pengajar, dan pendamping selama proses kegiatan berlangsung. Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim melakukan observasi dan koordinasi dengan pengurus PKK untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, menentukan materi yang sesuai, serta menyiapkan sarana pelatihan seperti modul, alat presentasi, dan bahan praktik.

Pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan metode ceramah interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung (*hands-on training*). Materi yang diberikan meliputi pengenalan konsep bisnis digital dan peluang usaha berbasis smartphone, praktik pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi *Canva*, pembuatan akun bisnis di *WhatsApp Business* dan *Instagram*, serta strategi komunikasi dan *personal branding* untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Selama kegiatan, peserta didampingi langsung oleh tutor untuk memastikan bahwa setiap materi dapat dipahami dan diterapkan dengan baik. Untuk menilai efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi melalui observasi dan penyebaran kuesioner sederhana kepada peserta setelah pelatihan. Evaluasi ini bertujuan mengetahui tingkat pemahaman peserta, kemudahan materi, serta kesiapan mereka dalam menerapkan keterampilan yang diperoleh. Data hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran kualitatif mengenai dampak kegiatan terhadap peningkatan literasi digital dan kemampuan peserta. Sebagai bentuk tindak lanjut, tim pelaksana membuat grup komunikasi daring melalui *WhatsApp* yang berfungsi sebagai sarana pendampingan dan konsultasi lanjutan. Melalui forum ini, peserta dapat bertanya, berbagi pengalaman, dan saling memberikan dukungan dalam menerapkan keterampilan digital mereka. Pendampingan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh Chambers dalam Iqbal (2007) bahwa keberlanjutan hasil pelatihan bergantung pada keterlibatan aktif dan komunikasi berkelanjutan antara pelatih dan peserta. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan sosial yang berkelanjutan dalam meningkatkan kemampuan ibu-ibu PKK memanfaatkan teknologi secara produktif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “*Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Smartphone untuk Bisnis Digital*” dilaksanakan pada Sabtu, 25 Oktober 2025 bertempat di Sekretariat PKK Kutilang RW 07 Perumahan Papan Mas Tambun, Desa Setia Mekar, Kabupaten Bekasi. Kegiatan ini melibatkan tim dosen dan mahasiswa dari Universitas Bina Sarana Informatika yang terdiri dari Dewi Yuliandari, M.Kom sebagai ketua pelaksana, Nicodias Palasara, M.Kom sebagai tutor, serta anggota Supriatin, S.Ag., MM dan Asriani Natong, SE., M.Ak dengan dukungan dua mahasiswa, yaitu Putri Khoerunisa dan Elsa Tri Arlina. Pelatihan diikuti oleh 20 orang peserta yang merupakan anggota aktif PKK Kutilang RW 07. Kegiatan berlangsung selama tiga jam (09.00–12.00 WIB) dengan metode tatap muka langsung. Mitra pengabdian, yaitu pengurus PKK, berperan dalam menyediakan tempat, sarana dan prasarana, serta mengoordinasikan kehadiran peserta. Secara umum, kegiatan berjalan dengan baik dan disambut antusias oleh seluruh peserta. Acara diawali dengan sambutan dari Ketua RW dan Ketua PKK Kutilang yang menekankan pentingnya literasi digital dalam menunjang produktivitas keluarga di era modern. Setelah itu, tutor menyampaikan materi pengantar mengenai pemanfaatan smartphone dalam bisnis digital, dilanjutkan dengan sesi pelatihan praktik langsung. Peserta diperkenalkan pada berbagai platform digital seperti *WhatsApp Business*, *Instagram*, *Facebook Marketplace*, dan *Shopee*, serta diajarkan langkah-langkah dasar dalam pembuatan konten promosi dan strategi pemasaran sederhana.

Kegiatan pelatihan dirancang secara aplikatif dengan pendekatan *hands-on training* agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung. Pada sesi pertama, peserta diajak mengenali potensi produk dan jasa yang dimiliki oleh masing-masing anggota. Banyak peserta yang ternyata sudah memiliki produk rumahan seperti kue kering, keripik, tas rajut, dan aksesoris, namun belum memiliki strategi pemasaran yang efektif. Pada sesi kedua, peserta dilatih cara memotret produk menggunakan smartphone agar tampak menarik tanpa harus menggunakan peralatan profesional. Tutor memberikan panduan tentang teknik pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan cara menggunakan aplikasi sederhana seperti *Canva* untuk menambahkan elemen desain dan tulisan promosi. Peserta tampak antusias dan sebagian besar mampu menghasilkan foto produk yang layak diunggah ke media sosial. Sesi ketiga berfokus pada pembuatan akun bisnis di media sosial dan marketplace. Peserta diajarkan cara membuat akun *WhatsApp Business* dengan katalog produk, serta cara mengatur profil bisnis di *Instagram* agar terlihat profesional. Selain itu, mereka diperkenalkan pada strategi *soft selling* dan pentingnya *personal branding* agar mampu membangun kepercayaan calon pembeli.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pengetahuan dan keterampilan peserta terkait pemanfaatan smartphone untuk bisnis digital. Berdasarkan kuesioner yang disebarluaskan setelah pelatihan, 85% peserta menyatakan bahwa mereka baru pertama kali memahami konsep bisnis digital secara komprehensif, sementara 90% peserta menyatakan tertarik untuk mulai menjual produk secara online. Beberapa peserta bahkan langsung mengunggah hasil foto produk ke akun *Instagram* pribadi mereka selama sesi pelatihan berlangsung. Dampak nyata dari kegiatan ini adalah meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi digital. Peserta tidak lagi menganggap bahwa berjualan online membutuhkan modal besar atau keterampilan teknis yang rumit. Mereka memahami bahwa smartphone yang dimiliki dapat menjadi alat utama dalam mengembangkan usaha rumahan dengan biaya minimal. Selain itu, peserta juga menyadari pentingnya komunikasi profesional dengan pelanggan

melalui fitur pesan otomatis dan katalog pada *WhatsApp Business*.

Secara umum, capaian kegiatan ini sejalan dengan target luaran yang telah ditetapkan dalam proposal, yaitu meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam bidang digital marketing serta terbitnya artikel hasil pengabdian di media daring. Luaran tambahan berupa dokumentasi kegiatan dan press release juga berhasil disusun dan dipublikasikan oleh tim pelaksana. Kegiatan pelatihan ini membuktikan bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis literasi digital dapat diimplementasikan secara efektif pada kelompok ibu-ibu PKK. Keberhasilan kegiatan ini didukung oleh dua faktor utama, yaitu pendekatan pembelajaran yang praktis serta relevansi materi dengan kebutuhan nyata peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa metode *learning by doing* mampu menumbuhkan pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan ceramah konvensional, karena peserta langsung mempraktikkan apa yang mereka pelajari. Secara teoritis, kegiatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat digital sebagaimana dikemukakan oleh Nugroho & Setyawan (2022) yang menegaskan pentingnya pelatihan digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi berbasis teknologi. Pelatihan ini juga mendukung prinsip yang dikemukakan oleh Kotler & Arsmstrong (2024) bahwa pemasaran modern tidak hanya berorientasi pada produk, tetapi juga pada cara membangun hubungan dan pengalaman konsumen melalui media digital.



gambar 2 Anggota PKK Kutilang RW 07 Perumahan Papan Mas Tambun

Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan dampak sosial berupa penguatan jejaring antaranggota PKK. Para peserta saling mendukung dalam membuat konten, mempromosikan produk satu sama lain, dan membentuk komunitas kecil wirausaha digital. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat semacam ini dapat menjadi katalisator dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan berbasis komunitas yang berkelanjutan. Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Durasi pelatihan yang relatif singkat membuat pendalaman materi manajemen keuangan dan pengelolaan pelanggan belum dapat disampaikan secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan sesi lanjutan berupa pendampingan intensif agar peserta dapat terus mempraktikkan dan mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh.

Keberhasilan pelatihan ini membuka peluang bagi pelaksanaan kegiatan serupa di lingkungan masyarakat lainnya. Dalam jangka panjang, tim pelaksana berencana untuk membentuk *komunitas wirausaha digital binaan UBSI* yang beranggotakan ibu-ibu PKK. Komunitas ini akan difasilitasi untuk melakukan promosi bersama di platform digital, mengikuti pelatihan lanjutan tentang manajemen keuangan dan branding, serta membangun jejaring dengan pelaku UMKM lokal di wilayah Tambun. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berperan dalam meningkatkan literasi digital masyarakat, tetapi juga menjadi model pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi yang dapat direplikasi di berbagai komunitas lainnya. Transformasi digital yang dimulai dari skala rumah tangga diharapkan mampu memperkuat ketahanan ekonomi keluarga serta mendukung visi pemerintah dalam mewujudkan masyarakat melek teknologi dan mandiri secara ekonomi.

III. KESIMPULAN

Kegiatan *Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Smartphone untuk Bisnis Digital pada PKK Kutilang RW 07 Perumahan Papan Mas Tambun* berhasil mewujudkan tujuan yang telah dirumuskan dalam pendahuluan, yaitu memberikan pemahaman tentang peluang bisnis digital yang dapat dijalankan dari rumah menggunakan smartphone, melatih peserta menggunakan aplikasi-aplikasi pendukung bisnis digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi editing sederhana, serta meningkatkan keterampilan digital ibu-ibu PKK agar mampu memperoleh pendapatan tambahan bagi keluarga. Seluruh tujuan tersebut tercapai melalui pelaksanaan pelatihan

yang bersifat praktis, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep dasar bisnis digital, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh secara langsung, seperti membuat konten promosi, memanfaatkan media sosial untuk berjualan, dan membangun komunikasi yang profesional dengan pelanggan. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga menumbuhkan semangat kewirausahaan dan kesadaran akan potensi ekonomi keluarga di era digital.

Keberhasilan kegiatan ini membuka prospek pengembangan yang luas, baik melalui program pendampingan lanjutan maupun pembentukan komunitas wirausaha digital binaan universitas yang berfokus pada penguatan kapasitas perempuan dalam berbisnis secara daring. Selain itu, model pelatihan ini dapat diterapkan di komunitas lain sebagai strategi pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi yang berkelanjutan. Sebagai tindak lanjut akademik, penelitian dan pengabdian berikutnya disarankan untuk meninjau dampak jangka panjang pelatihan terhadap perubahan perilaku ekonomi peserta serta keberlanjutan usaha yang mereka jalankan. Studi lanjutan juga perlu mengintegrasikan aspek kewirausahaan digital dengan pendekatan sosial komunitas agar pemberdayaan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat ketahanan sosial dan ekonomi keluarga di era transformasi digital.

V. REFERENSI

- Chaffey, D. (2025). *Global social media statistics research summary*. Smart Insights. <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>
- Detlor, B., Julien, H., La Rose, T., & Serenko, A. (2022). Community-led digital literacy training: Toward a conceptual framework. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 73(10), 1387–1400. <https://doi.org/10.1002/asi.24639>
- Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Iqbal, M. (2007). Concept and Implementation of Participation and Empowerment: Reflection From the Coffee Ipm-Seep. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 11(2), 58. <https://doi.org/10.7454/mssh.v11i2.112>
- Kotler, P., & Arsmstrong, G. (2024). Principles Of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (17th editi). Pearson Education. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Nugroho, A. S., & Setyawan, A. A. (2022). Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 123–130.
- Ries, A., & Trout, J. (2001). *Positioning: The Battle for Your Mind*. McGraw-Hill.