

## Literasi Digital Kedai Salsa di Sekitar Pantai Pasir Putih, Kota Bengkulu

Zhendrina Febriani<sup>1</sup>, Helmi Herawati<sup>2</sup>, Iwin Arnova<sup>3</sup>

1,2, 3 Universitas Prof. Dr. Hazairin, S.H, Indonesia

Email : zhenfrinaf21@gmail.com<sup>1</sup>, helmihherawati77@gmail.com<sup>2</sup>, iwinarnova89@gmail.com<sup>3</sup>,

Received: Januari 05, 2025

Reviewed: Januari 07, 2025;

Accepted: Januari 08, 2025;

Published: Januari 11, 2025;

DOI. <https://doi.org/10.61930/melayani>



Copyright ©2025 by Zhendrina Febriani, et.al. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

### Abstrak

Artikel ini membahas program pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital bagi pelaku usaha mikro di Kedai Salsa, sebuah kedai yang berlokasi di sekitar Pantai Pasir Putih, Kota Bengkulu. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam mempromosikan dan mengembangkan bisnis mereka. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan implementasi langsung penggunaan media social, platform e-commerce, serta strategi pemasaran digital. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang literasi digital, termasuk kemampuan membuat konten yang menarik, menggunakan platform digital untuk pemasaran, dan meningkatkan daya saing usaha. Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** Literasi Digital, Pengabdian Kepada Masyarakat, Bisnis Mikro, Pemasaran Digital, Teknologi.

### Abstract

This article discusses a community service program focused on enhancing digital literacy for micro-enterprise entrepreneurs at Kedai Salsa, a café located near Pasir Putih Beach, Bengkulu City. The program aims to help entrepreneurs effectively utilize digital technology to promote and develop their businesses. The methods employed include training, mentoring, and direct implementation of social media usage, e-commerce platforms, and digital marketing strategies. The results of the program indicate an improvement in participants' understanding of digital literacy, including the ability to create engaging content, use digital platforms for marketing, and enhance business competitiveness. This program is expected to serve as a model for technology-based community empowerment to support local economic growth.

**Keywords:** Digital Literacy, Community Service, Micro-Enterprises, Digital Marketing, Technology.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pola interaksi sosial, ekonomi,

hingga gaya hidup masyarakat. Salah satu dampak dari kemajuan ini adalah munculnya konsep literasi digital, yang merujuk pada kemampuan individu untuk memahami, menggunakan, dan mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui teknologi digital.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UKM merupakan kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan kriteria tertentu berdasarkan jumlah aset dan omset. UKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam adaptasi teknologi digital (Tambunan, 2019).

Pantai Pasir Putih, sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kota Bengkulu, tidak hanya menawarkan keindahan alam tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang dinamis. Kehadiran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seperti Kedai Salsa, turut memperkaya pengalaman wisatawan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Kedai Salsa, yang dikenal sebagai tempat kuliner dan santai di sekitar Pantai Pasir Putih, merupakan contoh usaha yang potensial untuk mengadopsi strategi literasi digital dalam pengelolaan dan pemasaran usahanya.

Dengan semakin tingginya tingkat penggunaan media sosial dan aplikasi digital untuk mencari informasi wisata, literasi digital menjadi kunci bagi UMKM seperti Kedai Salsa untuk tetap relevan dan kompetitif. Penelitian oleh Purbo dan Wahono (2018) menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital pada UKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperbaiki hubungan dengan pelanggan. Literasi digital menjadi faktor kunci dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi ini.

Selain itu, literasi digital juga menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Studi oleh Nasution et al. (2020) menunjukkan bahwa literasi digital berkontribusi pada peningkatan kemampuan adaptasi UMKM terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi.

Dalam konteks Kota Bengkulu, yang terus berkembang sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia, UMKM di sekitar kawasan wisata perlu memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, tantangan literasi digital juga tidak dapat diabaikan.

Berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite (2022), tingkat literasi digital di Indonesia masih bervariasi, terutama di kalangan pelaku UMKM di daerah. Banyak pelaku usaha menghadapi kendala seperti kurangnya akses terhadap pelatihan teknologi, minimnya infrastruktur digital yang memadai, hingga keterbatasan sumber daya untuk mengelola kehadiran digital.

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik dan kolaboratif untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, termasuk Kedai Salsa.

Dalam penelitian ini, fokus akan diberikan pada bagaimana Kedai Salsa di sekitar Pantai Pasir Putih Kota Bengkulu dapat mengintegrasikan literasi digital dalam operasional dan strategi pemasarannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis dalam memahami peran literasi digital dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM di kawasan wisata.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **1. Observasi dan Diskusi Awal**

Tim pengabdian melakukan observasi langsung di Kedai Salsa dan berdiskusi dengan pemilik untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi.

## **2. Pelatihan Literasi Digital**

Pelatihan meliputi:

- a) Penggunaan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp Business* untuk pemasaran.
- b) Cara membuat konten menarik, termasuk foto dan deskripsi produk.
- c) Pemanfaatan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan dan manajemen stok.

## **3. Pendampingan dan Evaluasi**

Setelah pelatihan, tim akan mendampingi pelaku usaha dalam implementasi ilmu yang telah diberikan. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk memastikan keberhasilan program.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kedai Salsa, yang terletak di kawasan wisata Pantai Pasir Putih, Kota Bengkulu, telah menunjukkan pemanfaatan literasi digital yang cukup baik dalam mendukung keberlangsungan bisnisnya. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pengelola serta pelanggan, berikut adalah hasil terkait implementasi literasi digital di Kedai Salsa:

### **1. Platform Digital yang Digunakan**

Kedai Salsa menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan menu dan layanan. Selain itu, mereka juga memanfaatkan aplikasi ojek online untuk layanan pemesanan makanan.

### **2. Strategi Promosi Digital**

Kedai Salsa secara rutin mengunggah konten visual berupa foto dan video makanan serta suasana kedai di media sosial. Konten ini disertai dengan deskripsi menarik dan informasi promosi seperti diskon khusus atau paket hemat.

### **3. Interaksi dengan Pelanggan**

Kedai Salsa aktif membalas komentar, pesan langsung, serta ulasan pelanggan di media sosial dan aplikasi ojek online. Pengelola menyadari pentingnya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas.

### **4. Tantangan Literasi Digital**

Meskipun cukup aktif di media digital, tantangan yang dihadapi Kedai Salsa mencakup keterbatasan sumber daya manusia yang mahir mengelola media sosial secara profesional, keterbatasan anggaran untuk iklan berbayar, serta minimnya wawasan tentang analitik digital.

### **5. Dampak Literasi Digital**

Literasi digital memberikan dampak positif pada peningkatan jumlah pengunjung, terutama dari kalangan milenial yang sering mencari informasi makanan melalui internet. Penggunaan platform digital juga membantu memperluas jangkauan pasar hingga ke luar Kota Bengkulu.



Gambar 1. Penyampaian Materi

Melalui program ini, Kedai Salsa diharapkan mampu:

- a) Menjadi lebih dikenal luas melalui promosi digital.
- b) Mengelola usaha secara lebih profesional dengan memanfaatkan teknologi.
- c) Menjadi contoh bagi pelaku usaha lain di sekitar Pantai Pasir Putih untuk mengadopsi literasi digital.



Gambar 2. Foto Bersama Pemilik Kedai

Literasi digital memainkan peran penting dalam memasarkan produk dan meningkatkan daya saing Kedai Salsa. Kemampuan menggunakan teknologi digital seperti media sosial dan aplikasi online membuat Kedai Salsa lebih mudah diakses oleh pelanggan. Dalam konteks ini, literasi digital mencakup kemampuan mengoperasikan perangkat digital, memanfaatkan aplikasi yang relevan, serta memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terhubung secara online.

Media sosial telah menjadi alat pemasaran yang efektif, terutama di kawasan wisata seperti Pantai Pasir Putih. Keindahan visual makanan dan suasana kedai yang diunggah di media sosial berhasil menarik minat wisatawan lokal maupun

mancanegara. Pengelola Kedai Salsa memahami pentingnya storytelling visual untuk menciptakan daya tarik emosional bagi pelanggan.

Meski memiliki potensi besar, Kedai Salsa masih menghadapi beberapa kendala dalam pengembangan literasi digital. Keterbatasan tenaga ahli dan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital membuat optimalisasi promosi belum sepenuhnya maksimal. Sebagai contoh, penggunaan fitur analitik pada Instagram untuk memahami perilaku pelanggan belum dimanfaatkan secara optimal.

Keberadaan Kedai Salsa yang aktif secara digital tidak hanya berdampak pada bisnis itu sendiri, tetapi juga pada perekonomian lokal. Wisatawan yang tertarik dengan promosi digital Kedai Salsa cenderung mengunjungi kawasan Pantai Pasir Putih, sehingga meningkatkan jumlah pengunjung di sekitar destinasi tersebut. Hal ini memberikan kontribusi pada perkembangan sektor pariwisata Kota Bengkulu.

Agar dapat memanfaatkan literasi digital secara lebih maksimal, Kedai Salsa perlu melakukan beberapa langkah berikut:

- a) Pelatihan Digital Marketing: Meningkatkan kemampuan tim dalam mengelola media sosial secara profesional, termasuk penggunaan alat analitik dan strategi konten.
- b) Kemitraan dengan Influencer Lokal: Bekerja sama dengan influencer atau food blogger lokal untuk meningkatkan eksposur kedai.
- c) Investasi pada Iklan Berbayar: Mengalokasikan sebagian anggaran untuk iklan berbayar di platform digital agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

## **KESIMPULAN**

Digitalisasi adalah sebuah keharusan di era modern, termasuk bagi pelaku usaha mikro seperti Kedai Salsa. Literasi digital yang memadai dapat membuka peluang baru, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi usaha. Melalui pengabdian ini, diharapkan Kedai Salsa dapat berkembang lebih maju dan menjadi inspirasi bagi UMKM lainnya di Kota Bengkulu.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Ibu Helmi Herawati selaku dosen ekonomi koperasi yang telah memberikan support. Terimakasih kepada Kedai Salsa yang telah memberikan izin, tempat dan waktu untuk kami melaksanakan kegiatan pengabdian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bonok, Z. (2023). Pemanfaatan Teknologi Digital pada Praktikum Sistem Telekomunikasi Lanjut. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 13-23.
- Karim, A., Bangun, B., Purnama, I., Harahap, S. Z., Irmayani, D., Nasution, M., ... & Munthe, I. R. (2020). *Pengantar teknologi informasi*. Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang.
- Knobel, Michele. (2017). "Remix, literacy and creativity: An analytic review of the research literature." *Eesti Haridusteaduste Ajakiri. Estonian Journal of Education* 5.2 : 31-53.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan

Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.

Ningsih, L. A. (2022). Strategi content marketing dalam membangun customer engagement. *Benchmark*, 3(1), 43-52.

Sulaeman, (2022). *Bagus Pembuatan Desain Konten Kreatif Pada Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Kelas Bersama*. Diss. Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Tambunan, T. T. (2019). The impact of the economic crisis on micro, small, and medium enterprises and their crisis mitigation measures in Southeast Asia with reference to Indonesia. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 6(1), 19-39.