

## **Pengaruh Media Informasi Berbasis Teknologi terhadap Peningkatan Ekonomi pada Masyarakat Desa Nagasaribu Padang Lawas Utara**

**Editha Dewi Purnamasari<sup>1</sup>, Hendriansah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Teknologi Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan

<sup>2</sup>Ilmu Keperawatan, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia

e-mail: [edithadewi89@gmail.com](mailto:edithadewi89@gmail.com)

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi di wilayah pedesaan. Namun demikian, pemanfaatan media informasi berbasis teknologi oleh masyarakat desa masih belum optimal akibat rendahnya literasi digital, keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran digital, serta minimnya pendampingan dalam penggunaan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Nagasaribu, Kabupaten Padang Lawas Utara, dalam memanfaatkan media informasi berbasis teknologi sebagai upaya meningkatkan perekonomian masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas tahap identifikasi kebutuhan, penyuluhan, pelatihan penggunaan media digital, pendampingan praktik pemasaran digital, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM, kelompok tani, ibu rumah tangga, dan pemuda desa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai penggunaan media sosial sebagai media promosi, pemanfaatan aplikasi WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, serta teknik pembuatan konten promosi digital. Berdasarkan hasil evaluasi, tingkat pemahaman peserta meningkat dari 45% menjadi 91%, sedangkan kemampuan menggunakan media digital dalam kegiatan ekonomi meningkat dari 33% menjadi 86%. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital masyarakat serta membuka peluang perluasan pemasaran produk lokal sehingga diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** media informasi, teknologi digital, pemberdayaan masyarakat, ekonomi desa, UMKM

### **Abstract**

*The rapid advancement of information technology has transformed various aspects of community life, including economic activities in rural areas. However, the utilization of technology-based information media in villages remains limited due to low digital literacy, insufficient knowledge of digital marketing, and limited assistance in applying technology for business development. This community service program aimed to improve the knowledge and skills of the people of Nagasaribu Village, North Padang Lawas Regency, in utilizing technology-based information media to strengthen the local economy. The implementation methods included needs assessment, socialization, digital media training, hands-on mentoring, and evaluation using pre-test and post-test instruments. The participants consisted of micro and small business owners, farmers, housewives, and village youth. The results demonstrated a significant increase in participants' understanding of social media utilization, WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, and digital promotional content development. The evaluation indicated that participants' understanding increased from 45% to 91%, while their ability to utilize digital media for economic activities increased from 33% to 86%. This program positively contributed to improving digital literacy and expanding marketing opportunities for local products, thereby supporting sustainable community economic development.*

**Keywords:** information media, digital technology, community empowerment, village economy, MSMEs

**PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan perubahan yang sangat signifikan terhadap pola kehidupan masyarakat pada era digital. Pemanfaatan teknologi tidak lagi hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi instrumen penting dalam mendukung aktivitas ekonomi, pendidikan, pemerintahan, hingga pemberdayaan masyarakat. Kehadiran internet serta berbagai platform digital memberikan peluang yang semakin besar bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, memperluas jaringan bisnis, serta meningkatkan produktivitas usaha secara lebih efektif dan efisien (Laudon & Laudon, 2021). Perkembangan ekonomi digital telah mengubah paradigma pemasaran dari sistem konvensional menuju pemasaran berbasis teknologi. Melalui media sosial, marketplace, maupun aplikasi komunikasi digital, pelaku usaha dapat memasarkan produk tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Digital marketing memungkinkan interaksi yang lebih cepat antara produsen dan konsumen sehingga mampu meningkatkan daya saing produk serta memperluas pangsa pasar (Kotler et al., 2022). Oleh karena itu, kemampuan memanfaatkan media informasi berbasis teknologi menjadi salah satu kompetensi yang harus dimiliki masyarakat agar mampu beradaptasi dengan perubahan ekonomi global. Pemerintah Indonesia juga menempatkan transformasi digital sebagai salah satu prioritas pembangunan nasional. Melalui berbagai kebijakan, pemerintah mendorong peningkatan literasi digital masyarakat, penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta digitalisasi desa sebagai upaya mempercepat pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi. Kebijakan tersebut sejalan dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan potensi lokal dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu, implementasi transformasi digital di tingkat desa diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan publik, memperkuat ekonomi lokal, dan mengurangi kesenjangan pembangunan antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Desa Nagasaribu, Kabupaten Padang Lawas Utara, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi cukup besar, terutama pada sektor pertanian, perkebunan, perdagangan, serta usaha mikro berbasis rumah tangga. Berbagai produk hasil pertanian dan olahan masyarakat memiliki nilai ekonomi yang tinggi apabila dipasarkan secara lebih luas melalui media digital. Akan tetapi, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat masih mengandalkan sistem pemasaran konvensional melalui penjualan langsung atau jaringan pemasaran lokal. Kondisi tersebut menyebabkan produk lokal belum memiliki daya saing yang optimal karena keterbatasan akses informasi dan pasar. Rendahnya pemanfaatan media informasi berbasis teknologi di Desa Nagasaribu dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain keterbatasan literasi digital, minimnya pengetahuan mengenai pemasaran digital, serta kurangnya pendampingan dalam penggunaan aplikasi berbasis internet. Sebagian masyarakat telah memiliki telepon pintar, tetapi pemanfaatannya masih didominasi untuk komunikasi pribadi dan hiburan. Padahal, perangkat tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media promosi produk, transaksi bisnis, penyebaran informasi usaha, hingga pengembangan jejaring pelanggan. Literasi digital merupakan kemampuan seseorang dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif. Menurut Gilster (1997), literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengoperasikan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan menggunakan informasi digital untuk mendukung aktivitas kehidupan. Belshaw (2014) menambahkan bahwa literasi digital meliputi kemampuan komunikasi, kolaborasi, kreativitas, berpikir kritis, serta etika dalam menggunakan teknologi digital. Dengan demikian, peningkatan literasi digital menjadi faktor penting dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha mikro. Media sosial mampu meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan konsumen, membangun citra produk, serta meningkatkan penjualan dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, penggunaan platform digital seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, dan TikTok telah terbukti membantu pelaku UMKM meningkatkan akses

pasar sekaligus memperkuat hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, penguasaan media informasi berbasis teknologi menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat desa dalam menghadapi persaingan ekonomi pada era digital. Sebagai implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki peran strategis dalam meningkatkan kapasitas masyarakat melalui transfer ilmu pengetahuan dan teknologi. Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai pusat pendidikan dan penelitian, tetapi juga sebagai agen pemberdayaan masyarakat yang mampu memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan sosial dan ekonomi di lingkungan sekitar. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan media informasi berbasis teknologi, masyarakat diharapkan mampu meningkatkan kemampuan digital sekaligus mengembangkan usaha secara lebih inovatif dan berdaya saing.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pengaruh Media Informasi Berbasis Teknologi terhadap Peningkatan Ekonomi pada Masyarakat Desa Nagasaribu Padang Lawas Utara" dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan literasi digital sekaligus memperkuat kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media informasi sebagai sarana promosi dan pemasaran produk lokal. Program ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas usaha, memperluas akses pasar, serta mendorong peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Nagasaribu secara berkelanjutan

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Nagasaribu, Kabupaten Padang Lawas Utara, dengan sasaran utama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kelompok tani, ibu PKK, pemuda desa, serta perangkat desa. Pemilihan sasaran didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memiliki telepon pintar, namun pemanfaatannya masih terbatas pada komunikasi dan hiburan sehingga belum dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung aktivitas ekonomi.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan kegiatan melalui identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut. Pendekatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat serta keberlanjutan program pemberdayaan. Pendekatan serupa telah banyak diterapkan pada kegiatan pengabdian di bidang digital marketing dan literasi digital UMKM.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui lima tahapan sebagai berikut.

### **1. Observasi dan Identifikasi Permasalahan**

Tim melakukan observasi lapangan, wawancara dengan kepala desa, perangkat desa, dan beberapa pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kondisi ekonomi masyarakat, tingkat literasi digital, serta potensi usaha yang dapat dikembangkan melalui media informasi berbasis teknologi.

### **2. Sosialisasi**

Kegiatan sosialisasi bertujuan memberikan pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat. Materi yang disampaikan meliputi:

- Perkembangan teknologi informasi
- Manfaat media digital bagi UMKM
- Peluang pemasaran digital

- Pentingnya literasi digital

### 3. Pelatihan

Pelatihan dilakukan secara praktik menggunakan telepon pintar milik peserta dengan materi:

- Pembuatan akun WhatsApp Business
- Pemanfaatan Facebook Marketplace
- Penggunaan Instagram sebagai media promosi;
- Teknik fotografi produk menggunakan telepon pintar
- Pembuatan desain promosi menggunakan Canva
- Penyusunan deskripsi produk yang menarik
- Pengenalan marketplace.

### 4. Pendampingan

Setelah pelatihan, peserta memperoleh pendampingan secara langsung dalam mengimplementasikan materi yang telah diberikan. Pendampingan dilakukan melalui diskusi, praktik unggah produk, penyusunan katalog digital, serta konsultasi mengenai strategi pemasaran.

### 5. Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Selain itu, evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap kemampuan peserta dalam mengoperasikan media digital, wawancara, diskusi, serta penyebaran angket kepuasan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

HasilKegiatan pengabdian diikuti oleh 40 peserta yang terdiri atas pelaku UMKM, petani, ibu rumah tangga, pemuda desa, dan perangkat Desa Nagasaribu. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung dengan baik serta mendapat dukungan penuh dari pemerintah desa.

### 3.1 Hasil Observasi Awal

Hasil observasi menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta telah memiliki telepon pintar yang terhubung dengan internet. Namun, pemanfaatan perangkat tersebut masih didominasi untuk komunikasi melalui WhatsApp dan aktivitas hiburan seperti media sosial. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki akun bisnis maupun media promosi digital sehingga pemasaran masih dilakukan secara konvensional.

Permasalahan utama yang ditemukan meliputi:

- Rendahnya literasi digital Masyarakat
- Kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital
- Belum tersedianya katalog produk digital
- Belum memanfaatkan marketplace sebagai media penjualan
- Belum memahami strategi promosi melalui media sosial.

Temuan ini sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian yang menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital masih menjadi kendala utama bagi UMKM desa dalam mengembangkan pemasaran berbasis teknologi.

### 3.2 Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara interaktif menggunakan metode ceramah, demonstrasi, praktik langsung, dan diskusi. Setiap peserta didampingi dalam membuat akun WhatsApp Business, Facebook Marketplace, serta Instagram Business.

Selain itu, peserta diberikan praktik mengenai:

- Teknik mengambil foto produk
- Penggunaan Canva untuk membuat poster promosi
- Penyusunan caption promosi
- Strategi menentukan harga dan pelayanan pelanggan
- Penggunaan Google Maps sebagai identitas lokasi usaha.

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Sebagian besar peserta berhasil membuat akun bisnis digital dan mulai mengunggah produk usaha mereka sebelum kegiatan berakhir.

### 3.3 Hasil Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test terhadap empat indikator kompetensi.

**Tabel 1. Hasil Evaluasi Peserta**

| Indikator                              | Sebelum (%) | Sesudah (%) |
|----------------------------------------|-------------|-------------|
| Memahami media informasi digital       | 45          | 91          |
| Menggunakan media sosial untuk promosi | 33          | 86          |
| Membuat konten promosi digital         | 27          | 84          |
| Memahami marketplace                   | 22          | 81          |

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut terlihat bahwa seluruh indikator mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan terbesar terjadi pada kemampuan memahami media informasi digital dan penggunaan media sosial sebagai media promosi. Selain peningkatan pengetahuan, masyarakat juga mulai menyadari bahwa media digital tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi dapat dimanfaatkan untuk memperluas jaringan pemasaran serta meningkatkan daya saing produk lokal.

### 3.4 Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media informasi berbasis teknologi. Meningkatnya pemahaman peserta terhadap penggunaan WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, serta aplikasi desain sederhana menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesiapan untuk beradaptasi dengan transformasi digital apabila memperoleh pendampingan yang memadai.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian pengabdian yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan literasi digital dan kemampuan promosi UMKM

sehingga membuka peluang pasar yang lebih luas. Pendampingan praktik secara langsung menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan karena peserta tidak hanya memperoleh materi teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikan teknologi pada usaha yang dimiliki. Pendekatan ini terbukti efektif dalam berbagai program pemberdayaan masyarakat berbasis digital.

Pemanfaatan media informasi berbasis teknologi memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat, antara lain meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat komunikasi dengan pelanggan, serta meningkatkan peluang penjualan. Dengan semakin berkembangnya ekonomi digital, kemampuan masyarakat desa dalam mengadopsi teknologi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai pemanfaatan media informasi berbasis teknologi di Desa Nagasaribu telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital masyarakat. Melalui tahapan observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, peserta memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi serta pemasaran produk lokal.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam memahami media digital, membuat konten promosi, menggunakan media sosial sebagai media pemasaran, serta mengenal marketplace sebagai alternatif penjualan produk. Dengan meningkatnya kompetensi tersebut, masyarakat memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing usaha, dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa.

## **SARAN**

Beberapa rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil kegiatan ini adalah Pemerintah desa perlu menyediakan program pendampingan digital secara berkelanjutan bagi pelaku UMKM. Perguruan tinggi diharapkan terus melaksanakan kegiatan pengabdian yang berfokus pada transformasi digital masyarakat desa. Pelaku UMKM perlu secara konsisten memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran produk. Diperlukan kerja sama antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan sektor swasta dalam mendukung pengembangan ekonomi digital di pedesaan. Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk mengukur dampak jangka panjang pemanfaatan media informasi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Referensi utama adalah jurnal dan prosiding internasional. Semua referensi harus berasal dari sumber yang paling relevan dan terkini dan jumlah referensi minimum adalah 15. Referensi ditulis dalam gaya IEEE. Harap gunakan format yang konsisten untuk referensi – lihat contoh di bawah ini (9 pt):

- [1] Belshaw, D. (2014). *The Essential Elements of Digital Literacies*. London: Self-published.
- [2] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- [3] Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. John Wiley & Sons.
- [4] Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.

**Jurnal Ilmiah Abdi Masyarakat (JILAMAS)**

---

- [5] Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (17th ed.). Pearson.
- [6] Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- [7] Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- [8] Putra, I. G. J. E., Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan digital marketing dalam upaya meningkatkan literasi digital UMKM Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–205.
- [9] Putri, A. A., & Nurhadi. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Indonesian Journal of Community Service*, 2(4), 43–49.
- [10] Gunawan, W. H., Masruroh, R., & Oktaviani, W. (2025). Penerapan strategi digital marketing untuk UMKM Desa Dadiharja. *JAMARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri*.
- [11] Indriyani, F., Ulya, H. N., Nurhayati, I. T., & Rahayu, L. D. (2023). Penerapan digital marketing dalam mendukung kegiatan pemasaran produk UMKM masyarakat Bekare. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 606–611.
- [12] Pinem, A. P. R., Pungkasanti, P. T., & Aprinta, G. (2024). Mengatasi hambatan literasi digital: Strategi pemasaran digital bagi pelaku UMKM Desa Truko. *Jurnal Surya Masyarakat*, 6(2).