

Implementasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Bagi Pelaku Industri Rumahan di Kota Mataram

Heroe Santoso¹, Melati Rosanensi¹, Raisul Azhar¹, Husain¹, Suriyati¹, I Made Yadi Dharma¹, Lilik Widyawati¹, Muhammad Wisnu Alfiansyah¹

¹Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia

E-mail: heroe.santoso@universitasbumigora.ac.id

Article History:

Received : 7 Maret 2026

Review : 15 Maret 2026

Revised : 20 Maret 2026

Accepted : 4 April 2026

Keywords: industri rumahan, TIK, pemanfaatan teknologi

Abstract: Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memberikan peluang besar bagi pelaku industri rumahan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Namun, sebagian besar pelaku usaha di wilayah Mataram masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi, seperti keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman pemasaran online, serta belum optimalnya pengelolaan administrasi berbasis digital. Kondisi ini menghambat pertumbuhan usaha dan adaptasi terhadap era digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku industri rumahan di wilayah Mataram dalam memanfaatkan TIK guna mendukung proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Program ini juga diarahkan untuk mendorong transformasi digital sederhana yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas mitra. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan melalui observasi, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan workshop berbasis praktik langsung, serta pendampingan implementasi. Materi yang diberikan mencakup penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pemanfaatan marketplace, serta penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test serta monitoring perkembangan usaha setelah pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan TIK. Pelaku industri rumahan mulai menerapkan pemasaran digital dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi, yang berdampak pada peningkatan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan potensi peningkatan pendapatan. Dengan demikian, implementasi pemanfaatan TIK terbukti efektif dalam mendukung pengembangan dan keberlanjutan industri rumahan di era digital.

A. Pendahuluan

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah membawa perubahan fundamental dalam pola interaksi sosial, ekonomi, dan bisnis di era digital. Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi perusahaan besar, tetapi juga merambah pada sektor usaha mikro, kecil, dan industri rumahan. Pemanfaatan TIK memungkinkan proses bisnis dilakukan secara lebih cepat, efisien, dan terintegrasi, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, promosi, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan. Dalam konteks persaingan

global dan pasar yang semakin terbuka, adopsi teknologi menjadi salah satu faktor penentu keberlanjutan dan daya saing usaha (Mulyadi & Eriyansyah, 2023).

Industri rumahan memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian masyarakat. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja lokal, meningkatkan pendapatan keluarga, serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas. Industri rumahan umumnya bergerak di bidang makanan olahan, kerajinan tangan, minuman herbal, dan produk kreatif lainnya. Meskipun memiliki potensi besar, sebagian besar pelaku industri rumahan masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, manajemen usaha yang belum terstruktur, akses pasar yang sempit, serta rendahnya literasi digital (Suryadi, 2023).

Banyak pelaku industri rumahan masih mengandalkan metode konvensional dalam menjalankan usaha, terutama dalam hal promosi dan pencatatan keuangan. Pemasaran masih dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut atau melalui jaringan terbatas, sehingga jangkauan pasar relatif sempit. Selain itu, pencatatan transaksi yang belum terdokumentasi dengan baik menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengontrol arus kas, menghitung keuntungan, maupun merencanakan pengembangan usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi dengan tingkat pemanfaatannya di tingkat industri rumahan (Samsu dkk., 2025). Berikut data pelaku industri rumahan wilayah Kota Mataram yang terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Industri Rumahan Kota Mataram

No	Kecamatan	Jumlah Pelaku Usaha	Sektor Dominan
1	Sekarbela	512	Perhiasan (Mutiawa/Emas) dan Konveksi
2	Ampenan	428	Olahan Pangan Laut
3	Cakranegara	385	Perdagangan dan Kerajinan Tangan
4	Mataram	310	Jasa Kreatif dan Kuliner
5	Selaparang	295	Olahan Makanan Ringan
6	Sandubaya	270	Industri Bahan Bangunan dan Logam

Di sisi lain, perkembangan media sosial, *marketplace*, dan aplikasi keuangan digital sebenarnya memberikan peluang besar bagi pelaku industri rumahan untuk memperluas jaringan pemasaran serta meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha (Eka dkk., 2025). Platform digital memungkinkan promosi dilakukan dengan biaya relatif rendah namun menjangkau konsumen yang lebih luas. Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan juga dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola transaksi secara lebih tertib, akurat, dan transparan. Namun demikian, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi sering menjadi hambatan utama dalam proses adopsi tersebut (Astuti & Mardayanti, 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada implementasi TIK bagi pelaku industri rumahan. Kegiatan ini dirancang sebagai upaya pemberdayaan melalui peningkatan literasi digital, pelatihan penggunaan media sosial dan *marketplace* untuk pemasaran, serta pendampingan dalam penerapan aplikasi pengelolaan keuangan sederhana. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan aplikatif, sehingga pelaku usaha tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikan teknologi sesuai dengan kebutuhan usahanya (Rustianah dkk., 2024).

Melalui kegiatan ini diharapkan terjadi peningkatan kapasitas pelaku industri rumahan dalam memanfaatkan TIK secara efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, industri rumahan dapat berkembang lebih adaptif terhadap perubahan zaman, memiliki daya saing

yang lebih kuat, serta berkontribusi secara optimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian lokal.

B. Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini disusun dengan tujuan meningkatkan kemampuan pelaku industri rumahan dalam memanfaatkan TIK untuk pengembangan usaha, pemasaran digital, dan pengelolaan operasi usaha. Konsep pelaksanaan didasarkan pada peran TIK dan literasi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. Kegiatan pengabdian implementasi teknologi informasi dan komunikasi bagi pelaku industri rumahan Kota Mataram dilakukan di Kampus Universitas Bumigora dengan jumlah peserta 55 mewakili masing-masing Kecamatan, dimana dipelaksanaannya dilakukan pada Bulan Februari 2025.

Keberhasilan program pengabdian masyarakat ini diukur secara objektif menggunakan metode Pre-test dan Post-test untuk memetakan transformasi digital pelaku industri rumahan di Kota Mataram. Tahap Pre-test: Dilakukan sebelum intervensi untuk mengidentifikasi hambatan utama dan tingkat literasi digital awal mitra. Data ini berfungsi sebagai *baseline* untuk menentukan materi TIK yang paling krusial dibutuhkan di lapangan. Tahap Post-test: Dilaksanakan setelah rangkaian pelatihan berakhir guna mengukur peningkatan kompetensi teknis, seperti penggunaan *smartphone* untuk usaha, penggunaan media sosial untuk promosi, pemanfaatan *marketplace*, pembuatan konten promosi digital, penggunaan aplikasi pesan instan bisnis, pencatatan keuangan digital

Kegiatan dimulai dengan analisis kebutuhan untuk memahami kondisi awal literasi digital, tantangan pemasaran, serta pola penggunaan teknologi yang telah dilakukan oleh pelaku industri rumahan. Metode pengumpulan data berupa observasi lapangan dan wawancara yang digunakan untuk memetakan peserta pelatihan TIK yang tepat sasaran. Hasil analisis ini menjadi acuan utama dalam penyusunan materi pelatihan agar relevan dengan kebutuhan teknis dan motivasi mitra. Pendekatan ini sejalan dengan praktik pemberdayaan yang menitikberatkan pada partisipasi aktif mitra dalam setiap tahapan program (Amory dkk., 2025).

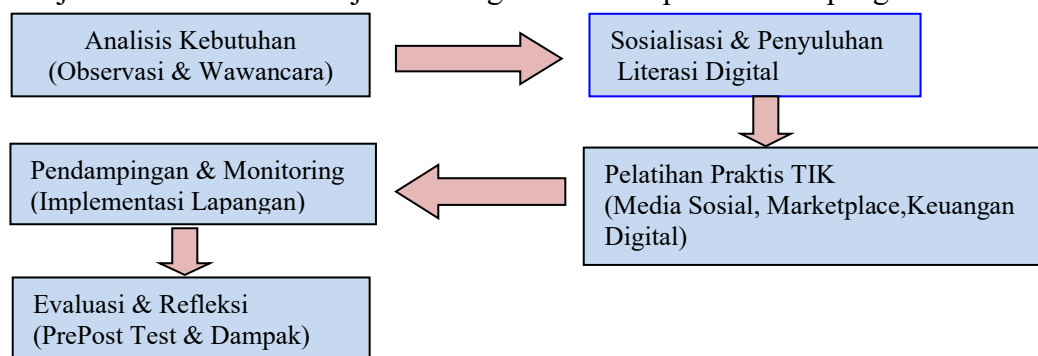
Setelah identifikasi kebutuhan selesai, dilakukan sosialisasi dan penyuluhan literasi digital yang menekankan pentingnya TIK dalam pengembangan usaha kecil. Materi meliputi pemahaman dasar penggunaan internet dan aplikasi digital, pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai sarana pemasaran. Sosialisasi dilakukan melalui ceramah interaktif dan diskusi kelompok untuk memastikan pemahaman yang bersifat aplikatif berdasarkan konteks usaha mitra (Tamyiz dkk., 2025).

Tahap inti kegiatan adalah pelatihan praktis implementasi TIK, yang difasilitasi melalui workshop intensif dan latihan langsung. Materi pelatihan mencakup pembuatan dan pengelolaan akun media sosial bisnis, strategi fotografi produk sederhana, pembuatan konten promosi, penggunaan *marketplace*, pemanfaatan aplikasi pesan instan bisnis, dan pencatatan keuangan digital sederhana. Latihan dilaksanakan secara bertahap dengan bimbingan langsung dari tim pengabdian hingga peserta dapat mengoperasikan aplikasi secara mandiri dan fungsional dalam konteks usaha mereka (Wijana, 2024)

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan dan monitoring melalui kunjungan berkala dan konsultasi daring/offline untuk membantu peserta mengatasi hambatan teknis dan operasional. Monitoring berfokus pada penggunaan aplikasi TIK secara konsisten serta efektivitas pemasaran digital yang dilakukan oleh peserta. Proses ini penting untuk memaksimalkan keberhasilan implementasi program dan mengukur kemajuan praktis pelaku industri rumahan (Rudihartati dkk., 2025).

Tahap terakhir adalah evaluasi dan refleksi, di mana tim melakukan penilaian terhadap perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta melalui perbandingan pre-test dan post-test serta umpan balik kuesioner. Selain itu, evaluasi dampak dilakukan melalui analisis perubahan indikator usaha seperti peningkatan jangkauan pemasaran, frekuensi transaksi digital, serta pertumbuhan penjualan atau efisiensi internal. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai rekomendasi untuk pengembangan modul pembelajaran berkelanjutan dan strategi pemberdayaan lebih lanjut.

Diagram ini menggambarkan alur logis kegiatan dari tahap perencanaan hingga evaluasi, yang dirancang agar setiap langkah mendukung keberhasilan implementasi TIK secara berkelanjutan. Gambar 1 menunjukkan diagram metode pelaksanaan pengabdian.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

C. Hasil

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diperoleh melalui tahapan analisis kebutuhan, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi yang telah dilaksanakan selama periode program. Hasil pengabdian disajikan dalam aspek peningkatan pengetahuan, keterampilan, implementasi teknologi, serta dampak terhadap perkembangan usaha mitra.

1. Hasil Analisis Kebutuhan Awal

Berdasarkan observasi dan wawancara awal, diperoleh gambaran bahwa sebagian besar pelaku industri rumahan telah memiliki telepon pintar, namun belum memanfaatkannya secara optimal untuk kegiatan bisnis. Penggunaan media sosial masih bersifat personal dan belum diarahkan sebagai media promosi usaha. Selain itu, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan belum terstruktur. Berikut hasil pre-test menunjukkan bahwa tingkat literasi digital peserta berada pada kategori rendah hingga sedang, khususnya dalam pemanfaatan *marketplace* dan aplikasi keuangan digital. Penyajian hasil pre-test literasi digital peserta pada tabel 2, berdasarkan pernyataan bahwa tingkat literasi digital masih rendah hingga sedang, terutama pada penggunaan *marketplace* dan aplikasi keuangan digital. Berikut gambar 2 berupa foto kegiatan sebelum pelaksanaan *workshop*.

Gambar 2. Dokumentasi sebelum *workshop*

Tabel 2. Hasil Pre-Test Literasi Digital Peserta

No	Aspek Literasi Digital yang Dinilai	Indikator Penilaian	Persentase Peserta Mampu (%)	Kategori
1	Penggunaan <i>smartphone</i> untuk usaha	Mampu menggunakan <i>smartphone</i> untuk komunikasi bisnis	37%	Rendah
2	Penggunaan media sosial untuk promosi	Mampu membuat dan mengelola akun media sosial bisnis	60%	Sedang
3	Pemanfaatan <i>marketplace</i>	Mampu membuat akun dan mengunggah produk di <i>marketplace</i>	35%	Rendah
4	Pembuatan konten promosi digital	Mampu membuat foto dan deskripsi produk	40%	Rendah
5	Penggunaan aplikasi pesan instan bisnis	Mampu menggunakan fitur katalog dan balasan otomatis	55%	Sedang
6	Pencatatan keuangan digital	Mampu menggunakan aplikasi pencatatan keuangan usaha	30%	Rendah

Keterangan kategori:

- 0–40% = Rendah
- 41–70% = Sedang
- 71–100% = Tinggi

Berdasarkan hasil pre-test tersebut, terlihat bahwa sebagian besar peserta belum memiliki kemampuan dasar dalam penggunaan *smartphone* dan media sosial, namun masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan *marketplace* dan aplikasi keuangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital peserta masih berada pada kategori rendah hingga sedang, sehingga diperlukan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam kegiatan usaha.

2. Hasil Peningkatan Pengetahuan dan Literasi Digital

Setelah pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman peserta terkait: pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran berbasis media sosial dan *marketplace*, teknik pembuatan konten promosi yang menarik,

pengelolaan keuangan usaha berbasis aplikasi. Foto-foto hasil kegiatan pelatihan TIK tampak pada gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan *workshop* TIK

Hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan skor rata-rata pemahaman sebesar $\pm 30\text{--}40\%$ dibandingkan sebelum pelatihan. Peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital untuk kegiatan usaha.

Penyajian hasil post-test literasi digital peserta pada tabel 3, berdasarkan pernyataan bahwa tingkat literasi digital meningkat, terutama pada penggunaan *marketplace* dan aplikasi keuangan digital.

Tabel 3. Hasil Post-Test Literasi Digital Peserta

No	Aspek Literasi Digital yang Dinilai	Indikator Penilaian	Persentase Peserta Mampu (%)	Kategori
1	Penggunaan <i>smartphone</i> untuk usaha	Mampu menggunakan <i>smartphone</i> untuk komunikasi bisnis	90%	Tinggi
2	Penggunaan media sosial untuk promosi	Mampu membuat dan mengelola akun media sosial bisnis	85%	Tinggi
3	Pemanfaatan <i>marketplace</i>	Mampu membuat akun dan mengunggah produk di <i>marketplace</i>	75%	Tinggi
4	Pembuatan konten promosi digital	Mampu membuat foto dan deskripsi produk	85%	Tinggi
5	Penggunaan aplikasi pesan instan bisnis	Mampu menggunakan fitur katalog dan balasan otomatis	80%	Tinggi
6	Pencatatan keuangan digital	Mampu menggunakan aplikasi pencatatan keuangan usaha	73%	Tinggi

Keterangan kategori:

- 0–40% = Rendah
- 41–70% = Sedang
- 71–100% = Tinggi

Berdasarkan hasil post-test, terlihat adanya peningkatan kemampuan literasi digital peserta dibandingkan dengan hasil pre-test. Sebagian besar peserta telah mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi bisnis serta mulai menggunakan *marketplace* dan aplikasi pencatatan keuangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan efektif dalam meningkatkan keterampilan digital pelaku industri rumahan.

3. Hasil Implementasi Teknologi pada Mitra

Pada tahap pendampingan, diperoleh capaian sebagai berikut: 100% peserta berhasil membuat akun media sosial bisnis (Instagram/Facebook/WhatsApp Business). 85% peserta telah mengunggah konten promosi produk secara rutin, minimal 70% peserta telah terdaftar di *marketplace* dan mulai menerima pesanan secara daring, peserta mulai menerapkan pencatatan keuangan digital sederhana untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha.

4. Dampak terhadap Perkembangan Usaha

Setelah 1–3 bulan implementasi, hasil monitoring menunjukkan: terjadi peningkatan jangkauan pemasaran secara signifikan (tidak hanya lokal, tetapi juga antar kecamatan/kabupaten), rata-rata peserta mengalami peningkatan penjualan sekitar 15–25%, interaksi pelanggan meningkat melalui media sosial dan pesan instan bisnis, peserta mulai memahami pentingnya *branding* dan pelayanan pelanggan secara *digital*. Selain dampak ekonomi, kegiatan ini juga memberikan dampak sosial berupa meningkatnya motivasi dan semangat inovasi pelaku industri rumahan dalam mengembangkan usaha mereka. Gambar 4, berupa pameran produk-produk hasil usaha industri rumahan.



Gambar 4. Produk-produk hasil usaha industri rumahan

5. Luaran Kegiatan

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian ini meliputi: Modul pelatihan literasi digital bagi pelaku industri rumahan, akun media sosial bisnis aktif milik peserta, sistem pencatatan keuangan sederhana berbasis digital, dokumentasi kegiatan dan laporan pengabdian, artikel ilmiah pengabdian kepada masyarakat

6. Evaluasi dan Keberlanjutan

Evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dan pendampingan langsung efektif dalam meningkatkan kemampuan *digital* mitra. Untuk menjaga keberlanjutan program, dibentuk grup komunikasi daring sebagai wadah konsultasi dan berbagi pengalaman antar peserta.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran online, serta kapasitas manajerial pelaku industri rumahan, sehingga mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha di era *digital*.

Diskusi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memiliki peran strategis dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku industri rumahan. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan signifikan pada aspek literasi digital, keterampilan pemasaran, serta pengelolaan usaha setelah peserta mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan (Pratiwi & Dyas, 2022).

Peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan media sosial dan *marketplace* menunjukkan bahwa kemudahan dan kebermanfaatan teknologi menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi TIK. Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta belum memanfaatkan perangkat *digital* secara optimal untuk kegiatan bisnis. Namun setelah diberikan pelatihan berbasis praktik langsung, peserta mampu mengoperasikan akun bisnis, membuat konten promosi, serta berinteraksi dengan pelanggan secara digital. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan aplikatif lebih efektif dibandingkan metode ceramah semata (Putri dkk., 2025).

Selain itu, pendampingan berkelanjutan terbukti menjadi faktor kunci keberhasilan implementasi program. Beberapa peserta pada awalnya mengalami kendala teknis, seperti kesulitan mengatur fitur *marketplace* atau membuat laporan keuangan *digital*. Melalui *monitoring* dan konsultasi rutin, hambatan tersebut dapat diatasi sehingga peserta lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi. Hal ini menguatkan bahwa transformasi digital pada usaha kecil tidak cukup hanya melalui pelatihan singkat, tetapi memerlukan proses pendampingan yang konsisten.

Dari sisi dampak ekonomi, peningkatan jangkauan pemasaran dan interaksi pelanggan melalui platform digital berkontribusi terhadap kenaikan penjualan pada sebagian besar peserta. Meskipun peningkatan tersebut belum sepenuhnya merata, tren pertumbuhan menunjukkan bahwa penggunaan TIK membuka peluang pasar yang lebih luas dibandingkan metode pemasaran konvensional. Selain itu, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan membantu peserta dalam memisahkan keuangan pribadi dan usaha, sehingga pengelolaan bisnis menjadi lebih terstruktur (Primadineska dkk., 2025).

Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Tingkat literasi digital yang berbeda-beda menyebabkan proses adaptasi teknologi tidak berjalan seragam. Faktor usia, kebiasaan, dan keterbatasan akses internet juga menjadi kendala dalam optimalisasi penggunaan TIK. Oleh karena itu, program lanjutan perlu dirancang dengan mempertimbangkan variasi kemampuan peserta serta menyediakan materi yang lebih sederhana.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa implementasi TIK pada pelaku industri rumahan efektif dalam meningkatkan kapasitas usaha apabila dilakukan melalui pendekatan pelatihan berbasis praktik, serta pendampingan berkelanjutan. Transformasi digital bukan hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan pola pikir dan manajemen usaha yang lebih modern dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

D. Kesimpulan

Kegiatan ini terbukti mampu meningkatkan literasi digital peserta, khususnya dalam pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan aplikasi keuangan digital sebagai sarana pendukung usaha. Terjadi peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam melakukan promosi digital, pengelolaan komunikasi pelanggan, serta pencatatan keuangan usaha secara lebih terstruktur. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dan pendampingan intensif efektif dalam mendorong adopsi teknologi pada pelaku industri rumahan.

Implementasi TIK juga memberikan dampak terhadap perluasan jangkauan pemasaran dan peningkatan penjualan. Peserta mulai mampu memanfaatkan *platform digital* sebagai media promosi yang lebih efisien dan menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan metode konvensional. Selain dampak ekonomi, program ini turut meningkatkan motivasi, kepercayaan diri, dan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan di era digital.

Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam memahami bagaimana pelaku industri rumahan di Mataram beralih ke sistem digital. Berikut adalah poin-poin keberhasilannya: Membuktikan Kemudahan Teknologi: Kegiatan ini berhasil membuktikan bahwa ketika teknologi diperkenalkan dengan cara yang sederhana dan praktis, rasa takut atau ragu dari pelaku usaha (hambatan psikologis) dapat hilang. Peserta menjadi percaya diri bahwa TIK tidaklah rumit dan sangat bermanfaat bagi kemajuan usaha, Perubahan Pola Pikir: Kontribusi penting lainnya adalah perubahan cara mengelola usaha. Peserta tidak lagi hanya mengandalkan ingatan untuk mencatat keuangan, tetapi mulai terbiasa menggunakan data digital. Hal ini menciptakan standar pengelolaan usaha yang lebih profesional dan terukur. Menghapus Batasan Geografis: Secara ilmiah, penerapan TIK dalam program ini membuktikan bahwa industri rumahan di Mataram kini memiliki kesempatan yang sama dengan perusahaan besar untuk menjangkau pasar nasional maupun internasional melalui *branding* digital yang tepat. Membangun Kemandirian Digital: Program ini tidak hanya memberikan bantuan alat, tetapi menanamkan "kemampuan belajar mandiri". Peserta kini memiliki kesiapan mental dan keterampilan dasar untuk terus beradaptasi dengan perubahan teknologi di masa depan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian pelaku industri rumahan melalui pemanfaatan TIK. Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi dengan berbagai pihak agar transformasi digital yang telah dimulai dapat terus berkembang dan memberikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan usaha masyarakat.

Daftar Referensi

- Amory, J. D. S., J, R., & Hayadin, M. R. (2025). Integrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Model Bisnis UMKM: Kajian Literatur tentang Inovasi dan Keberlanjutan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2455-2462. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14519>
- Astuti, D. S. P., & Mardayanti, L. (2025). Peningkatan Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Pelatihan dan Pendampingan pada UMKM Home Industry di Desa Genengan Karanganyar. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 274–282. <https://doi.org/10.31334/jks.v7i2.4180>
- Eka, K., Nurmasari, Al, M. R., & Gusridha, M. R. (2025). Transformasi Digital Umkm: Kapabilitas Teknologi Informasi Komunikasi Dan Kapabilitas Keuangan Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada Usaha Kuliner Kota Pekanbaru. *JURNAL Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 380–393. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.33904>
- L M Samsu, Muhammad Saiful, Hariman Bahtiar, M. A. J., & Yupi, K. P. (2025). Peningkatan Kapasitas Pelaku Industri Rumahan melalui Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Kabupaten Lombok Timur. *TEKNOKRAT: Jurnal Teknologi Untuk Masyarakat*, 3(1), 159–169.

- <https://doi.org/10.29408/jt.v3i1.30906>
- Mulyadi, A. I., & Eriyansyah, R. (2023). Transformasi Digital Umkm Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 3(1), 28–40. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/456>
- Pratiwi, I. A. M., & Dyas, I. A. G. (2022). Mendorong Penerapan Digitalisasi Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 11(10), 3797–3809. <https://doi.org/10.24843/EEP.2022.v11.i10.p05>
- Primadineska, R. W., Lazuardy, I. T., & Prayitna, A. (2025). Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan melalui Pelatihan Keuangan dan Pemasaran Guna Mendorong Potensi Lokal pada Siswa SMAN 1 Cangkringan. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 06(03), 334–343. <https://doi.org/10.51673/jaltn.v6i3.2654>
- Putri, N. R., Laksniyunita, W., Nur, K., Zai, B. H. P., & M., Y. Y. (2025). Peran Media Sosial Sebagai Pemasaran Digital Bagi Umkm. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2390–2402. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1589>
- Rudihartati, L., Fediansyah, M., & Rahman, T. (2025). Inklusi Digital dan Pemberdayaan UMKM Lampung Tengah: Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Digital. *urnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(1), 64–72. <https://doi.org/10.35870/jpni.v6i1.1119>
- Rustianah, Junedi, Sandi, P. H., Hidayah, Z. Z., & Widiastuti. (2024). Pendampingan Penguatan Literasi Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Industri Rumahan. *JPBMI: Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 2(2), 29–33. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v1i2.116>
- Suryadi, R. F. (2023). Peran Umkm Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Studi Kasus di Indonesia. *Journal Central Publisher*, 1(9), 1096–1102. <https://doi.org/10.60145/jcp.v1i9.207>
- Tamyiz, U. M. H., Munir, Furqon, C., & Dirgantari, P. D. (2025). Literasi Digital di UMKM: Tinjauan Sistematis dan Pengembangan Kerangka Teoretis Terintegrasi Menggunakan Metode PRISMA. *Jurnal Algoritma*, 22(2), 412–421. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.22-2.2308>
- Wijana, M. (2024). Pelatihan Literasi Digital Pada Masyarakat Pelaku UMKM Di Desa Citaman Dalam Menggunakan Teknologi Informasi. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 4(1), 69–78. <https://doi.org/10.57152/consen.v4i1.1166>