

OPTIMALISASI LITERASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PADA PT REY LAND BALI

Ni Putu Lisa Ernawatiningsih^{1,*}, Ni Kadek Ayu Laksmi Dewi²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80223, Indonesia

*Email: ernawatiningsih.lisa@unmas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat menuntut organisasi untuk beradaptasi melalui penguatan literasi digital guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja karyawan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja karyawan pada PT Rey Land Bali melalui edukasi dan pendampingan pemanfaatan teknologi digital. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan keterampilan dalam pemasaran digital serta kurangnya transparansi informasi proyek kepada konsumen. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi lapangan, perancangan program, pelatihan konten kreatif, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan praktis karyawan dalam penggunaan aplikasi pemasaran digital dan verifikasi legalitas proyek. Selain itu, terjadi peningkatan keterampilan dalam pengelolaan media sosial serta penyampaian informasi proyek secara lebih transparan kepada calon konsumen. Keberhasilan program ditunjukkan melalui tingkat partisipasi aktif peserta serta tercapainya seluruh indikator kegiatan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, literasi digital berperan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan serta mendukung daya saing perusahaan di era digital.

Kata Kunci: literasi digital, kinerja karyawan, pemasaran digital, transparansi informasi, industri properti

ANALISIS SITUASI

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk industri properti (Hasanah & Subagia, 2026). Transformasi ini menuntut perusahaan untuk beradaptasi dalam sistem operasional, strategi pemasaran, dan pengelolaan informasi guna meningkatkan kinerja bisnis. Kinerja bisnis sendiri merupakan akumulasi hasil kerja seluruh unit dalam organisasi yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam konteks ini, literasi digital menjadi kompetensi fundamental bagi sumber daya manusia agar mampu beradaptasi dengan dinamika pasar berbasis teknologi (Widayati, dkk., 2026).

Pada industri properti, khususnya PT Rey Land Bali, kepercayaan konsumen menjadi faktor penting karena karakteristik produk yang bernilai tinggi dan berisiko besar. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media penyampaian informasi yang akurat dan transparan. Literasi digital yang mencakup kemampuan dalam memanfaatkan

teknologi secara efektif terbukti dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan kinerja usaha (Putri, 2026). Hal ini didukung oleh penelitian Pamungkas, dkk. (2026) yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap keterampilan kewirausahaan dan kinerja usaha, serta Bukhari et al. (2026) yang menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial dan digital payment mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Media sosial juga menjadi sarana pemasaran yang efektif dengan biaya relatif rendah dibandingkan media tradisional (Sari, 2026).

Meskipun memiliki peluang besar, pemanfaatan teknologi digital di PT Rey Land Bali belum optimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan literasi digital karyawan, terutama dalam pembuatan konten pemasaran, pengelolaan media sosial, dan penggunaan platform digital untuk mendukung penjualan. Selain itu, terdapat permasalahan dalam transparansi informasi legalitas, seperti status tanah dan izin pembangunan, yang berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen. Keterbatasan ini juga berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan data pelanggan, lambatnya administrasi, serta menurunnya produktivitas dan pencapaian target penjualan.

Sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong penguatan ekosistem digital melalui peningkatan infrastruktur dan kapasitas sumber daya manusia (Sari, 2026), PT Rey Land Bali perlu melakukan peningkatan literasi digital secara sistematis dan terstruktur. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat dengan fokus pada literasi digital menjadi langkah yang relevan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memanfaatkan teknologi, baik dalam pemasaran maupun transparansi informasi. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kinerja karyawan, kualitas pelayanan, serta daya saing perusahaan dalam menghadapi persaingan industri properti di era digital.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa pemanfaatan teknologi digital di lingkungan PT Rey Land Bali belum berjalan secara optimal dan masih menghadapi berbagai kendala yang berdampak pada kinerja karyawan. Permasalahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga menyangkut kemampuan adaptasi karyawan terhadap perkembangan teknologi digital yang semakin dinamis. Adapun permasalahan yang diidentifikasi dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan literasi digital karyawan dalam mengelola dan mengoptimalkan pemasaran berbasis media sosial, sehingga belum mampu menjangkau pasar secara luas dan efektif.
2. Kurangnya pemahaman karyawan dalam menyampaikan informasi proyek secara transparan dan akurat kepada konsumen, khususnya yang berkaitan dengan aspek legalitas, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan calon pembeli.

3. Belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung efektivitas kerja, seperti dalam pengelolaan data pelanggan dan proses administrasi, yang berdampak pada rendahnya produktivitas karyawan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada upaya peningkatan literasi digital karyawan melalui pendekatan edukatif dan aplikatif. Solusi yang diberikan dirancang secara sistematis untuk menjawab kendala yang dihadapi oleh karyawan PT Rey Land Bali, baik dalam aspek pemasaran digital maupun transparansi informasi proyek. Adapun bentuk solusi yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. **Optimalisasi Pemasaran Digital**
Solusi ini dilakukan melalui pemberian edukasi dan pelatihan kepada karyawan mengenai strategi pemasaran digital yang efektif, khususnya dalam pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Karyawan diberikan pemahaman mengenai teknik pembuatan konten yang menarik, penggunaan caption yang persuasif, serta pemanfaatan fitur iklan berbayar (ads) guna meningkatkan jangkauan pasar dan daya tarik promosi properti.
2. **Peningkatan Transparansi Informasi Proyek**
Untuk mengatasi permasalahan kurangnya transparansi informasi, dilakukan pengenalan dan pendampingan penggunaan aplikasi digital, seperti aplikasi Sentuh Tanahku, sebagai sarana verifikasi legalitas tanah dan proyek properti. Melalui solusi ini, karyawan diharapkan mampu menyampaikan informasi yang lebih akurat, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan kepada calon konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian.
3. **Pelatihan dan Pendampingan Teknis Konten Kreatif**
Solusi ini difokuskan pada peningkatan keterampilan praktis karyawan dalam memproduksi konten pemasaran berbasis visual, seperti video properti dan konten reels. Kegiatan ini dilakukan melalui pelatihan langsung dan pendampingan intensif, sehingga karyawan tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan secara mandiri dalam kegiatan pemasaran sehari-hari.
4. **Peningkatan Efektivitas Kerja Berbasis Digital**
Selain aspek pemasaran, solusi juga diarahkan pada peningkatan efektivitas kerja melalui pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan data pelanggan dan administrasi. Karyawan diberikan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan platform digital untuk mempercepat alur kerja, meminimalisir kesalahan, serta meningkatkan produktivitas secara keseluruhan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, di mana karyawan PT Rey Land Bali dilibatkan secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konseptual sekaligus keterampilan praktis karyawan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Selain itu, metode yang digunakan juga bersifat edukatif dan berbasis praktik langsung (*learning by doing*), sehingga materi yang diberikan dapat langsung diimplementasikan dalam aktivitas kerja sehari-hari.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis sebagai berikut:

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap awal dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi pengabdian guna memperoleh gambaran kondisi aktual terkait tingkat literasi digital karyawan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pimpinan dan staf pemasaran, serta pengamatan terhadap aktivitas pemasaran dan administrasi yang berjalan. Fokus identifikasi mencakup kemampuan penggunaan media sosial, pengelolaan konten digital, serta pemahaman terhadap transparansi informasi proyek. Hasil dari tahap ini menjadi dasar dalam merumuskan kebutuhan pelatihan yang relevan dan tepat sasaran.

2. Tahap Perancangan Program dan Penyusunan Materi

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, selanjutnya dilakukan perancangan program kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Materi yang disusun meliputi strategi pemasaran digital, teknik pembuatan konten kreatif, pengelolaan media sosial secara profesional, serta penggunaan aplikasi digital untuk verifikasi legalitas proyek. Penyusunan materi dilakukan secara sistematis dengan mempertimbangkan tingkat pemahaman karyawan, sehingga mudah dipahami dan aplikatif. Selain itu, disiapkan pula panduan praktis sebagai bahan pendukung selama kegiatan berlangsung.

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, serta praktik langsung. Karyawan diberikan pemaparan materi terkait pemasaran digital, diikuti dengan sesi praktik pembuatan konten seperti foto dan video properti, penyusunan caption, serta penggunaan fitur iklan berbayar pada media sosial. Selain itu, dilakukan pendampingan dalam penggunaan aplikasi digital seperti Sentuh Tanahku untuk mendukung transparansi informasi legalitas proyek. Pendampingan dilakukan secara intensif agar peserta mampu mengimplementasikan materi secara mandiri.

4. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, seperti peningkatan pemahaman materi, kemampuan praktik penggunaan media digital, serta perubahan dalam pola kerja karyawan. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung, diskusi, dan umpan balik dari peserta. Selanjutnya, dilakukan monitoring terhadap penerapan hasil pelatihan dalam aktivitas kerja sehari-hari guna memastikan keberlanjutan program. Monitoring ini penting untuk melihat sejauh mana literasi digital yang telah diberikan dapat diimplementasikan secara konsisten dalam mendukung kinerja karyawan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang menysasar karyawan PT Rey Land Bali berjalan dengan sangat baik dan lancar sesuai rencana. Seluruh rangkaian program, mulai dari sosialisasi hingga pendampingan teknis, berhasil dilaksanakan dengan tingkat ketercapaian target sebesar 100%. Antusiasme peserta menjadi indikator utama keberhasilan, di mana para staf pemasaran terlihat aktif mengikuti dan mempraktikkan setiap instruksi yang diberikan. Faktor pendukung utama adalah dukungan penuh dari pimpinan kantor serta ketersediaan fasilitas pendukung yang memadai selama kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan sektor usaha harus dilakukan secara menyeluruh mencakup aspek manajemen dan promosi.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Tanggal	Kegiatan
2 Maret – 5 Maret 2026	Melakukan observasi lapangan di kantor PT Rey Land Bali untuk mengidentifikasi sejauh mana pemahaman literasi digital karyawan saat ini.
6 Maret – 10 Maret 2026	Menyusun materi edukasi mengenai detail project baru dari kantor, termasuk penggunaan aplikasi Sentuh Tanahku untuk memastikan legalitas lokasi bagi tim marketing.
11 Maret – 15 Maret 2026	Menyiapkan materi strategi pembuatan konten kreatif untuk media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) serta menyusun panduan penggunaan Meta Ads.
16 Maret – 20 Maret 2026	Mengedukasi tim marketing mengenai project baru kantor agar mereka memahami kondisi lokasi, status sertifikat, dan keunggulan unit yang akan dipasarkan.
21 Maret – 25 Maret 2026	Melatih karyawan marketing teknik membuat konten menarik (seperti video properti dan reels) guna menunjang efektivitas penjualan di media sosial.
26 Maret – 30 Maret 2026	Mengedukasi customer mengenai layanan perusahaan, proses transaksi, serta memberikan pemahaman terkait resiko legalitas untuk meyakinkan mereka dalam mengambil keputusan (closing).
31 Maret – 4 April 2026	Melakukan evaluasi hasil program melalui wawancara dengan pimpinan dan karyawan mengenai dampak pelatihan terhadap peningkatan layanan dan penjualan.
5 April – 6 April 2026	Menyusun laporan akhir kegiatan dan melaksanakan penutupan program pengabdian masyarakat secara resmi di PT Rey Land Bali.

Peningkatan literasi digital terbukti mampu meminimalisir kesalahan operasional dan mempercepat proses administrasi. Dengan penguasaan aplikasi digital, tim marketing menjadi lebih percaya diri saat menghadapi keraguan calon pembeli terkait aspek legalitas tanah. Data menunjukkan bahwa efisiensi waktu dalam penyampaian informasi proyek meningkat drastis dibandingkan saat masih menggunakan metode manual. Peranan SDM yang melek digital sangat penting dalam menyediakan output yang bermanfaat bagi taraf hidup masyarakat luas. Berikut adalah beberapa bentuk ketercapaian dari kegiatan yang telah dilaksanakan:

1. Peserta memahami materi mengenai peningkatan kinerja melalui platform digital.
2. Peserta mampu mengoperasikan fitur iklan berbayar dan aplikasi verifikasi lokasi secara mandiri.
3. Terbentuknya akun media sosial profesional yang aktif sebagai sarana pemasaran harian.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif Pemasaran

Partisipasi aktif dari pimpinan dan karyawan PT Rey Land Bali memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran kegiatan pengabdian ini. Kerja sama yang baik antara tim pelaksana dan mitra pengabdian turut mendorong tercapainya tujuan kemandirian digital perusahaan. Mitra menyambut baik kegiatan ini dengan memberikan dukungan data terkait kondisi riil permasalahan dalam promosi dan pencatatan. Dengan transformasi ini, PT Rey Land Bali telah memulai langkah untuk menjadi perusahaan pengembang yang lebih transparan dan modern. Kami menyarankan agar hasil pelatihan ini tetap konsisten dipraktikkan demi menjaga loyalitas konsumen di masa mendatang.



Gambar 2. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Sentuh Tanahku

SIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, penerapan literasi digital di PT Rey Land Bali telah memberikan dampak positif bagi peningkatan kinerja operasional karyawan. Staf pemasaran kini lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial dan aplikasi pendukung untuk mencapai target penjualan perusahaan. Namun, diperlukan proses evaluasi berkala agar pemanfaatan teknologi digital ini tetap konsisten dan tidak berhenti setelah program berakhir. Kami menyarankan agar manajemen terus memantau perkembangan tren digital marketing untuk menyesuaikan konten dengan selera pasar yang dinamis. Kerjasama tim yang solid tetap menjadi kunci utama dalam menjaga keberlanjutan hasil positif dari program pengabdian masyarakat ini. Dengan demikian, kualitas layanan perusahaan dapat terus terjaga di tengah ketatnya persaingan industri properti di Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Bukhari, E., Hermawan, A., & Anggiani, S. (2026). The Influence of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on Business Performance Moderated by Government Support Policy. *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 7(1), 63-72.
- Hasanah, J., & Subagja, G. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Sektor Hilirisasi Pangan Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 9(1), 1566-1577.
- Pamungkas, S. B. B., Zainy, N. A., & Ningsih, A. S. (2026). Transformasi Digital Sebagai Strategi Adaptif Dalam Menghadapi Dinamika Lingkungan Bisnis: Peran Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 5666-5673.
- Putri, A. E. A. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan, Keterampilan Kewirausahaan, Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM Di Wilayah Gresik (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas).
- Sari, W. (2026). Implementasi Digital Marketing Syariah di Media Sosial dan Dampak Terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner di Kota Metro (Doctoral dissertation, UIN Jurai Siwo Lampung).

Widayati, E., Panghastuti, T., & Kusuma, A. D. A. (2026). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Berbasis Digital Guna Meningkatkan Tingkat Kunjungan Wisatawan bagi Pengelola Desa Ekowisata Pancoh. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 7(1), 95-103.