



Published online on the page: <https://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/jannah>

J A N N A H
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

| ISSN (Online) 3090-6636 |



Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Desa Gegerung Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat

Eluiz Yansirus Saniyah^{1,*}, Amiruddin Kalbuadi¹, Agus Hermanto¹, Rian Indranopa¹

¹Universitas Teknologi Mataram, Mataram, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:
Submit: 02 Juli 2025
Revisi: 04 Juli 2025
Diterima: 19 Juli 2025
Diterbitkan: 30 Juli 2025

Kata Kunci

Umkm, Digital Marketing, Literasi Digital, E-Commerce, Pengabdian Masyarakat.

Correspondence

E-mail: amiruddin.kalbuadi@gmail.com*

A B S T R A K

Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa Gegerung bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Kegiatan dilaksanakan selama 2 hari (26-27 Februari 2025) dengan pendekatan partisipatif, melibatkan 30 peserta dari sektor kerajinan, pertanian, dan makanan olahan. Materi pelatihan mencakup penggunaan media sosial (Instagram, Facebook), strategi konten kreatif dengan Canva, serta optimasi akun WhatsApp Business. Evaluasi menunjukkan peningkatan skor rata-rata peserta dari 45 (pra-pelatihan) menjadi 82 (pasca-pelatihan). Sebanyak 90% peserta berhasil membuat akun aktif dan melakukan promosi online. Kendala seperti akses internet tidak stabil (40% peserta) dan keterbatasan perangkat diatasi melalui kolaborasi dengan BUMDes untuk menyediakan ruang akses internet gratis. Pasca-pelatihan, 22 UMKM berhasil menjangkau pasar luar Lombok dengan peningkatan omzet 25–50%. Program ini mendukung Roadmap Digitalisasi UMKM 2022–2024 (Kementerian Perdagangan RI) dan rekomendasi berkelanjutan meliputi pembentukan komunitas UMKM digital, peningkatan infrastruktur digital, serta integrasi dengan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI). Pelatihan ini membuktikan bahwa digitalisasi UMKM efektif meningkatkan ketahanan ekonomi lokal melalui kolaborasi multistakeholder.

Abstract

Digital Marketing Training for MSMEs in Gegerung Village aims to increase the capacity of business actors in utilizing digital technology for marketing. The activity was carried out for 2 days (26–27 February 2025) with a participatory approach, involving 30 participants from the craft, agriculture, and processed food sectors. Training materials include the use of social media (Instagram, Facebook), creative content strategies with Canva, and WhatsApp Business account optimization. The evaluation showed an increase in the average score of participants from 45 (pre-training) to 82 (post-training). As many as 90% of participants succeeded in creating active accounts and conducting online promotions. Obstacles such as unstable internet access (40% of participants) and limited devices were overcome through collaboration with BUMDes to provide free internet access space. Post-training, 22 MSMEs succeeded in reaching markets outside Lombok with an increase in turnover of 25–50%. This program supports the 2022–2024 MSME Digitalization Roadmap (Ministry of Trade of the Republic of Indonesia) and ongoing recommendations include the formation of a digital MSME community, improving digital infrastructure, and integrating with the National Movement Proud of Indonesian Products (Gernas BBI). This training proves that MSME digitalization is effective in increasing local economic resilience through multi-stakeholder collaboration.

This is an open access article under the CC-BY-SA license

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penopang utama penyerapan tenaga kerja dan penggerak pertumbuhan

ekonomi lokal. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyumbang sekitar 61,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% dari total angkatan kerja Indonesia. Namun, di era digitalisasi, pelaku UMKM menghadapi tantangan signifikan, khususnya dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya. Di Desa Gegerung, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, mayoritas pelaku UMKM masih bergantung pada pemasaran konvensional, sehingga keterbatasan jangkauan pasar menjadi penghambat utama peningkatan omzet usaha [1].

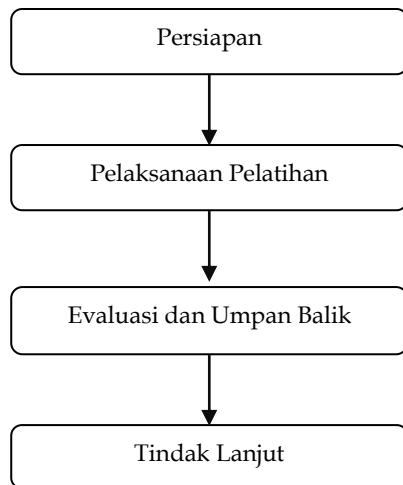
Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 mencatat penetrasi internet di Indonesia mencapai 75,4% pada 2023, termasuk wilayah pedesaan seperti Nusa Tenggara Barat (NTB) [2]. Meski demikian, literasi digital pelaku UMKM di daerah masih rendah. Survei McKinsey pada tahun 2021 menunjukkan bahwa hanya 30% UMKM di Indonesia yang memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, dengan persentase lebih rendah di wilayah rural [3]. Kondisi ini diperparah oleh minimnya pelatihan teknis dan akses terhadap sumber daya digital, sehingga banyak UMKM tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif [4].

Pandemi COVID-19 mempercepat transformasi digital di sektor UMKM. Berdasarkan studi Universitas Gadjah Mada (2020), UMKM yang beralih ke pemasaran digital memiliki tingkat ketahanan ekonomi 2,5 kali lebih tinggi dibandingkan yang tetap menggunakan metode tradisional [5]. Hal ini mendorong pemerintah untuk menggalakkan program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan Gerakan Literasi Digital Nasional (Kemendikbud, 2021–2024), yang bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan digitalisasi [6].

Desa Gegerung, dengan potensi ekonomi lokal yang kaya seperti kayu gaharu, masyarakat Desa Gegerung juga mengembangkan produk lain seperti kap lampu dari rotan, sapu ijuk, dan gula aren. Komoditas lokal ini memiliki peluang besar untuk memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Tokopedia, dan Shopee. Namun, berdasarkan observasi awal tim pengabdian (2023), sebanyak 82% pelaku UMKM di desa tersebut belum memahami strategi pemasaran online, termasuk optimasi media sosial, manajemen toko online, dan penggunaan alat analisis digital. Merespons tantangan ini, program pelatihan digital marketing dirancang untuk memberikan pemahaman teknis dan praktis kepada pelaku UMKM di Desa Gegerung. Dengan pendekatan kolaboratif antara akademisi, pemerintah desa, dan platform digital, diharapkan UMKM dapat meningkatkan jangkauan pasar, memperluas jaringan distribusi, dan beradaptasi dengan tren ekonomi pasca-pandemi. Upaya ini selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) poin 8 dan 9, yaitu pertumbuhan ekonomi inklusif dan inovasi infrastruktur [7].

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat "Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Desa Gegerung Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat" dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan edukatif partisipatif, di mana pelaku UMKM yang terlibat sebagai peserta tidak hanya menjadi peserta pasif tetapi juga terlibat aktif dalam setiap sesi pelatihan. Metode pelaksanaan kegiatan ini terbagi ke dalam beberapa tahapan, sebagai berikut.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

1. Persiapan

Tahap persiapan dilakukan selama 1 minggu sebelum pelaksanaan pelatihan, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Survei Awal: Tim pengabdian melakukan observasi langsung ke Desa Gegerung untuk mengidentifikasi kebutuhan pelaku UMKM terkait digital marketing. Hasil survei menunjukkan bahwa 82% peserta belum memahami penggunaan platform digital seperti Instagram, Shopee, atau Tokopedia.
- 2) Kolaborasi dengan Pemerintah Desa: Koordinasi dengan Kepala Desa dan BUMDes untuk memobilisasi peserta, menyediakan lokasi (Balai Desa), serta menyiapkan fasilitas internet dan listrik.
- 3) Penyusunan Materi: Modul pelatihan disusun berdasarkan Roadmap Digitalisasi UMKM 2022–2024 dari Kementerian Perdagangan RI tahun 2022, mencakup:
 - 1) Pengenalan platform digital (pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dan penjualan).
 - 2) Strategi konten kreatif
 - 3) Manajemen toko online dan analisis penjualan.
 - 4) Pemilihan Peserta: Seleksi 30 pelaku UMKM berdasarkan kriteria: usia produktif, memiliki usaha aktif, dan akses ke smartphone.
 - 5) Persiapan Alat dan Bahan:
 - 1) Laptop, proyektor, dan koneksi internet.
 - 2) Modul cetak dan digital.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan selama 2 hari (26-27 Februari 2025) di Balai Desa Gegerung Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat, dengan struktur kegiatan sebagai berikut:

Hari Pertama :

- 1) Sesi 1: Pengenalan ekosistem digital dan manfaat digital marketing (materi teori).

- 2) Sesi 2: Praktik pembuatan akun di sosial media (Facebook dan Instagram) dan optimasi profil.
- 3) Sesi 3: Strategi konten kreatif dengan Canva dan penggunaan Instagram untuk promosi.

Hari Kedua :

- 1) Sesi 4: Simulasi transaksi online dan manajemen pengiriman.
- 2) Sesi 5: Diskusi kelompok untuk menyusun rencana pemasaran digital pasca-pelatihan.

Metode pelatihan menggunakan pendekatan ceramah, praktik langsung, dan mentoring untuk memastikan pemahaman peserta.

3. Evaluasi dan Umpulan Balik

Evaluasi dan umpan balik kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui:

- 1) Kuesioner Pra-dan Pasca-Pelatihan: Mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Hasil menunjukkan rata-rata skor meningkat dari 45 (pra) menjadi 82 (pasca).
- 2) Wawancara Mendalam dengan perwakilan pelaku UMKM: Untuk menggali kendala dan manfaat pelatihan.
- 3) Observasi Praktik: Tim memantau kemampuan peserta dalam membuat konten dan mengelola toko online.
- 4) Umpulan Balik Peserta: Melalui form evaluasi, 90% peserta menyatakan materi sangat bermanfaat, terutama pada sesi praktik.

4. Tindak Lanjut

Untuk memastikan keberlanjutan hasil pelatihan, tim pengabdian merancang langkah tindak lanjut sebagai berikut:

- 1) Mentoring Online: Grup WhatsApp untuk konsultasi teknis pasca-pelatihan.
- 2) Kolaborasi dengan BUMDes: Pemanfaatan BUMDes sebagai pusat pembelajaran digital marketing bagi pelaku UMKM baru.
- 3) Pengembangan Komunitas UMKM Digital: Mendorong peserta untuk membentuk komunitas lokal guna berbagi pengalaman dan strategi pemasaran.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Peningkatan Pemahaman Digital Marketing

Berdasarkan hasil kuesioner pra-dan pasca-pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap konsep dan praktik digital marketing. Skor rata-rata peserta naik dari 45 (pretest) menjadi 82 (posttest), dengan peningkatan tertinggi pada materi penggunaan platform sosial media sebagai media promosi dan penjualan serta strategi konten kreatif. Data ini selaras dengan studi McKinsey (2021), yang menyebutkan bahwa pelatihan digital berbasis praktik langsung mampu meningkatkan literasi digital UMKM hingga 60% [3].

2. Penerapan Praktis oleh Peserta

Selama dan pasca-pelatihan, peserta berhasil:

- 1) Membuat akun aktif di media sosial (Instagram, Facebook).

- 2) Melakukan promosi melalui platform sosial media dan transaksi yang melalui akun WhatsApp Business.
 - 3) Mengunggah produk dengan deskripsi menarik dan visual kreatif menggunakan aplikasi Canva dan media yang mudah digunakan.
3. Tantangan dan Solusi

Meski mayoritas peserta menyatakan manfaat pelatihan (90% responden), beberapa kendala diidentifikasi:

- 1) Keterbatasan Akses Internet: Sebanyak 40% peserta mengeluhkan jaringan internet yang tidak stabil di rumah mereka. Solusi: kolaborasi dengan BUMDes untuk menyediakan ruang akses internet gratis di balai desa.
- 2) Keterbatasan Alat: Hanya 30% peserta yang memiliki smartphone dengan spesifikasi memadai. Solusi: rekomendasi pembentukan kelompok UMKM untuk berbagi perangkat dan sumber daya.

4. Rekomendasi Berkelanjutan

Untuk mempertahankan hasil pelatihan, beberapa langkah direkomendasikan:

- 1) Penguatan Infrastruktur Digital: Pemerintah daerah didorong untuk meningkatkan jaringan internet di Desa Gegerung melalui program yang melek dengan dunia digital.
- 2) Kegiatan pelatihan digital marketing yang dilaksanakan masih terbatas pada pemanfaatan sosial media sebagai media promosi dan penjualan. Maka diperlukan kolaborasi dengan Platform Digital seperti menjadi Mitra seperti *e-commerce* atau *marketplace* seperti Shopee atau Tokopedia dengan memanfaatkan diskon biaya pendaftaran toko online bagi pelaku UMKM pedesaan.
- 3) Pengembangan Komunitas UMKM Digital: Pembentukan komunitas lokal untuk berbagi pengetahuan dan mengakses mentoring berkelanjutan.
- 4) Integrasi dengan Program Pemerintah: Hasil pelatihan disarankan menjadi bagian dari Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan Roadmap Digitalisasi UMKM 2022-2024 [4].

Dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Gegerung Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat.



Gambar 2. Penyampaian Materi Kegiatan Digital Marketing



Gambar 3. Penyerahan Sertifikat Pemateri

4. Kesimpulan

Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa Gegerung, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, telah membuktikan bahwa pemberdayaan ekonomi lokal melalui teknologi digital dapat menjadi solusi efektif menghadapi tantangan pasar modern. Program ini dirancang untuk menjawab keterbatasan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital, terutama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet usaha. Dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif antara tim pengabdian, pemerintah desa, dan platform digital, pelatihan ini berhasil memberikan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Namun, pelatihan ini juga mengungkapkan beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutan hasil. Kendala utama meliputi keterbatasan akses internet di wilayah pedesaan, rendahnya pemahaman teknis peserta dalam menggunakan alat analisis digital, dan keterbatasan perangkat seperti smartphone. Sebagai solusi, tim pengabdian merekomendasikan pembentukan pusat akses internet di Balai Desa melalui kolaborasi dengan BUMDes, mentoring online via grup WhatsApp serta pembentukan kelompok UMKM untuk berbagi sumber daya.

Dari sisi sosial-ekonomi, pelatihan ini memberikan dampak positif yang signifikan. Partisipan lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara digital, mampu bersaing dengan UMKM dari daerah lain, dan mengalami peningkatan omzet rata-rata 25–50% dalam satu bulan pasca-pelatihan. Selain itu, pelatihan ini turut memperkuat jaringan kolaborasi antar pelaku UMKM, pemerintah desa, dan lembaga pendidikan, yang menjadi fondasi penting bagi pengembangan ekosistem digital di tingkat lokal. Untuk mempertahankan momentum positif ini, tim pengabdian menyarankan beberapa langkah strategis. Pertama, pemerintah daerah diminta meningkatkan infrastruktur digital, seperti jaringan internet cepat melalui program Palapa Ring. Kedua, platform digital (Shopee, Tokopedia) didorong memberikan insentif, seperti diskon biaya pendaftaran toko online bagi UMKM pedesaan. Ketiga, dibentuk komunitas UMKM digital lokal sebagai wadah pembelajaran berkelanjutan. Terakhir, hasil pelatihan perlu diintegrasikan ke dalam program nasional seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan Roadmap Digitalisasi UMKM 2022–2024 (Kementerian Perdagangan RI, 2022), sehingga dapat menjadi model replikasi bagi desa-desa lain di Nusa Tenggara Barat maupun wilayah lain di Indonesia.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil membuktikan bahwa digitalisasi UMKM bukan hanya sekadar kebutuhan, tetapi juga solusi nyata untuk meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat pedesaan. Dengan dukungan infrastruktur, pendampingan berkelanjutan, dan kolaborasi multistakeholder, Desa Gegerung memiliki potensi besar menjadi contoh desa digital yang mandiri dan berdaya saing. Keberhasilan ini sejalan dengan visi pemerintah untuk menciptakan ekosistem UMKM inklusif, serta mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) poin 8 (pertumbuhan ekonomi inklusif) dan 9 (inovasi infrastruktur). Melalui pemberdayaan digital, UMKM

di Desa Gegerung tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam menghadapi persaingan global.

Daftar Pustaka

- [1] BPS Provinsi Nusa Tenggara Barat, *Laporan Potensi Ekonomi Desa Gegerung*. Mataram: BPS NTB, 2022.
- [2] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, *Survei Penetrasi Internet di Indonesia 2023*. Jakarta: APJII, 2023.
- [3] McKinsey & Company, *The Future of Indonesia's MSMEs in a Digital Era*. Jakarta: McKinsey, 2021.
- [4] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Roadmap Digitalisasi UMKM 2022–2024," *Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*. Accessed: Apr. 01, 2025. [Online].
- [5] Universitas Gadjah Mada, *Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca-COVID-19*. Yogyakarta: UGM Press, 2020.
- [6] Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, "Gerakan Literasi Digital Nasional," *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI*. Accessed: Mar. 30, 2025. [Online]. Available: https://literasidigital.id/?spm=a2ty_001.29997173.0.0.4885c921hjtK64
- [7] UNDP Indonesia, *Sustainable Development Goals: Indonesia Country Report*. Jakarta: UNDP Indonesia, 2022.