

---

SOSIALISASI KEWIRAUSAHAAN EKONOMI BERBASIS DIGITAL PADA UMKM  
UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN DI DESA JAGO KABUPATEN  
LOMBOK TENGAH

Ma'ruf Al Qifari<sup>1</sup>, Supriadi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pendidikan Mandalika, (Mataram), (Indonesia)

\*Corresponding author email : [makrufgifari@gmail.com](mailto:makrufgifari@gmail.com)

---

**History Article**

---

**Article history:**

Received Mei 05,  
2025

Approved Juni 31,  
2025

---

**Keywords:**

*Entrepreneurship,  
digital literacy,  
MSMEs, Marketing  
strategy*

**ABSTRACT**

This community service is entitled socialization of digital-based economic entrepreneurship in MSMEs to improve welfare in Jago Village, Central Lombok Regency. This activity aims to improve digital literacy and technology-based entrepreneurial skills, especially for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This program includes socialization, training, and practical assistance related to the use of social media, e-commerce, and digital advertising strategies as a means of business development. The method used is participatory, actively involving the community in every stage of the activity. The activity begins with preparation, then socialization and The results of the program show an increase in understanding of MSME actors about digital technology and the ability to use digital platforms to support their businesses. This program has also succeeded in creating a sustainable digital-based entrepreneurial ecosystem, so it is expected to be able to improve the economic welfare of the community, especially MSME actors in the target area. With this success, this program is expected to become a model for empowerment and development of MSMEs in digital-based communities that can be applied in other areas.

Keywords: *Entrepreneurship, digital literacy, MSMEs, Marketing strategy*

**ABSTRAK**

Pengabdian masyarakat ini berjudul sosialisasi kewirausahaan ekonomi berbasis digital pada pada UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan di Desa Jago Kabupaten Lombok Tengah. kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini mencakup sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan praktis terkait pemanfaatan media sosial, e-commerce, serta strategi periklanan digital sebagai sarana pengembangan usaha. Metode yang digunakan bersifat partisipatif, melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap

---

tahap kegiatan. kegiatan dimulai dengan persiapan, kemudian sosialisasi dan Hasil program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang teknologi digital dan kemampuan menggunakan platform digital untuk mendukung usaha mereka. Program ini juga berhasil menciptakan ekosistem kewirausahaan berbasis digital yang berkelanjutan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat khususnya pelaku UMKM di wilayah sasaran. Dengan keberhasilan ini, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan dan pengembangan UMKM di masyarakat berbasis digital yang dapat diterapkan di wilayah lain.

Kata Kunci : Kewirausahaan, literasi digital, UMKM, Strategi pemasaran

---

© 2025 Jurnal NGABDI Lichen Institute

---

\*Corresponding author email: author@mail.com

---

## INTRODUCTION

UMKM memberikan manfaat sosial yang besar dengan membantu mengurangi angka pengangguran dan menciptakan peluang ekonomi di berbagai pelosok negeri, termasuk daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh perusahaan besar. Dengan kontribusinya yang begitu besar, pengembangan dan pemberdayaan UMKM menjadi kunci dalam memperkuat perekonomian nasional yang inklusif dan berkelanjutan (Rahmatika, 2024). Namun, meskipun memiliki peran yang sangat signifikan, banyak UMKM di Indonesia yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya kemampuan remaja dan pelaku UMKM dalam pemasaran berbasis digital.

Teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran digital (digital marketing), telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jaringan bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, serta menjangkau konsumen yang lebih luas. Platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, serta teknik optimasi mesin pencari (SEO/SEM) dapat dimanfaatkan sebagai alat strategis dalam meningkatkan visibilitas dan keberlanjutan usaha. Sayangnya, banyak pelaku UMKM di Jago Kabupaten Lombok Tengah belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan potensi teknologi digital ini secara optimal.

Dilain pihak, meskipun generasi saat ini tumbuh di era digital, mereka seringkali menghadapi berbagai permasalahan dalam menguasai literasi digital secara optimal. Kurangnya edukasi kewirausahaan sehingga banyak masyarakat tidak memiliki pengetahuan dasar mengenai kewirausahaan, seperti cara memulai bisnis, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Modal dan dukungan finansial yang terbatas, sehingga keterbatasan akses terhadap pinjaman modal atau program pendanaan menjadi kendala utama untuk memulai usaha. Akses pasar yang minim sehingga pelaku usaha kecil sering menghadapi kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas akibat keterbatasan teknologi dan jaringan pemasaran.

Berdasarkan hasil observasi di wilayah tersebut, mayoritas pelaku UMKM masih menggunakan metode pemasaran konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Selain

itu, minimnya akses terhadap informasi dan keterampilan digital menjadi faktor penghambat utama dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi. Oleh karena itu, diperlukan program edukasi dan pemberdayaan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan strategi pemasaran digital.

Pada prinsipnya sosialisasi literasi digital adalah proses mengenalkan, mengedukasi dan membimbing anak-anak remaja dalam memahami, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital secara bijak dan bertanggung jawab. Sebab ini sangat penting karena remaja berada di usia yang rentan terhadap dampak positif maupun negatif dari teknologi digital. Sosialisasi kewirausahaan ekonomi pada UMKM bertujuan untuk membangun jiwa mandiri, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi tantangan ekonomi masa depan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, maka dibutuhkan program sosialisasi kewirausahaan berbasis digital pada pelaku UMKM sebagai sebagai upaya memberdayakan pelaku UMKM agar dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren pasar. Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, memberikan pelatihan teknis kewirausahaan khususnya terkait pemasaran digital, serta mendampingi masyarakat dalam mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis digital secara efektif. Dengan adanya program ini, diharapkan ekosistem kewirausahaan berbasis digital dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah sasaran.

## **METHODOLOGY**

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan sosialisasi. Sosialisasi merupakan proses memperkenalkan suatu sistem kepada individu atau kelompok, sekaligus mengamati respons dan reaksi mereka terhadap sistem tersebut (Darmawan & Pratiwi, 2020). Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini mengacu pada pendekatan partisipatif, di mana seluruh elemen masyarakat terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Selain itu, kegiatan ini juga menghadirkan akademisi di bidang pemasaran digital guna memberikan materi serta pendampingan intensif agar program ini dapat berjalan secara efektif dan efisien. Langkah-langkah yang diimplementasikan meliputi sosialisasi, serta pelatihan terkait pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai sarana pemasaran digital. Program PKM ini didukung oleh tim pelaksana dari UNDIKMA yang turut memberikan bimbingan dalam setiap tahapan kegiatan. PKM ini dilaksanakan di Dusun Rungkang Desa Jago Kabupaten Lombok Tengah dengan diikuti oleh perwakilan pelaku UMKM Desa Jago sejumlah 25 orang, yang dilaksanakan pada bulan November tahun 2024.

## **RESULTS AND DISCUSSION**

Hasil dari kegiatan ini dengan diadakannya sosialisasi kewirausahaan berbasis digital untuk pelaku UMKM ini dapat memberikan pemahaman, pengetahuan dan pengalaman baru bagi pelaku UMKM serta dapat menerima pengetahuan untuk memulai dan berusaha mengembangkan sayap pemasaran mereka melalui media social, disamping terus melayani konsumen atau pembeli yang ada di desanya.

adapun beberapa hasil utama yang dicapai dalam kegiatan ini antara lain ;

- a. Peningkatan literasi digital  
Melalui kegiatan sosialisasi, dan penadampingan yang dilaksanakan selama kegiatan PKM ini, peserta pelaku UMKM mendapatkan pemahaman mendalam tentang pemanfaatan lain digital sebagai media pemasaran, dan tidak terfokus pada media social secara pribadi saja, sehingga peserta dapat memulai bisnis melalui platform digital khususnya dari media social yang mereka miliki, serta pelaku UMKM, dapat dijadikan sebagai langkah awal dalam pembukaan dan pengembangan alur pemasaran yang mereka miliki.
- b. Pengembangan kompetensi kewirausahaan  
Para peserta dapat meningkatkan kompetensi untuk memulai berbisnis atau berwirausaha secara digital, dari usaha sederhana, serta mendapatkan pemahaman yang lebih baik terkait strategi pengelolaan usaha berbasis digital, termasuk branding, manajemen pemasaran, dan penggunaan alat analitik. Hasil wawancara dengan beberapa peserta menunjukkan bahwa mereka lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara online.
- c. Peningkatan produktivitas UMKM  
Implementasi strategi digital marketing berdampak pada peningkatan penjualan bagi sebagian pelaku UMKM. Sebagai contoh, seorang peserta yang memiliki usaha ayam bakar mengalami peningkatan pesanan setelah mulai memanfaatkan media sosial dan platform pemesanan online. Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif, di mana para pelaku UMKM saling berbagi pengalaman dan sumber daya. Beberapa peserta mulai menjalin kerja sama dalam pemasaran dan distribusi produk mereka.

Secara keseluruhan kegiatan sosialisasi dan bimbingan yang dilaksanakan Bagi peserta, di Desa Jago berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan dan penggunaan media social untuk berwirausaha, hal ini senada dengan pandangan Sulaeman, dkk (2024), terkait dampak penggunaan dan pemasaran produk UMKM yang dapat memberikan dampak berupa berkembangnya usaha sesuai dengan perencanaan dari pelaku UMKM tersebut. dengan adanya kegiatan ini juga memberikan dampak memberikan dampak berkelanjutan bagi pelaku UMKM pemula khususnya bagi remaja dan pengembangan usaha untuk pelaku UMKM DAN dan kesejahteraan masyarakat di Desa, (Nur anisyah, dkk 2024) serta kegiatan ini dapat membantu meningkatkan penjualan dan menambah pemahaman mengenai pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran dan pembukuan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terealisasi secara keseluruhan (Sulaeman, dkk 2024).

Dalam pandangan lain, Syafri, dkk (2025), mengungkapkan bahwa kegiatan sosialisasi kewirausahaan bagi pelaku UMKM berbasis digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Program ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menciptakan efek jangka panjang dalam bentuk ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan.

## CONCLUSION

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang teknologi digital dan kemampuan menggunakan platform digital untuk mendukung usaha mereka. Program ini juga berhasil menciptakan ekosistem kewirausahaan berbasis digital yang berkelanjutan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara umum dan pelaku UMKM secara khusus di wilayah sasaran. Dengan keberhasilan ini, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis digital yang dapat diterapkan di wilayah lain.

## REFERENCES

- Alysha Fadri Ramadhani. (2021). Pengembangan UMKM melalui sosialisasi dan penyuluhan guna menunjang keberlangsungan usaha di masa pandemi COVID-19, 01(01), 1–23.
- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan daya saing ekonomi melalui peranan inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Nur anisyah, Sulaeman, Mulhidin.2024. Pemberdayaan Pelaku Umkm Di Desa Tegal Maja Kabupatenlombok Utara Melalui Sosialisasi Digital Marketing, *Jurnal NGABDI Lichen Institut*, 1(4),18-23.
- Rahmatika, Z., Nugraha, P. T., Hasibuan, F. Y., Lestari, K., Pratiwi, L. P., Qat, Q. D., Rismawati, S., Ardana, T. V., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., & Lampung, B. (2024). Peran akses jalan dalam meningkatkan daya saing UMKM di daerah terpencil. 2(9).
- Syafri,E.Kurniawan,R. Layyin,H.L, Khoiriah,S dan Sanusi,A. 2025. Sosialisasi Pemberdayaan Kewirausahaan Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat RW 008, RW 017 dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang – Tangerang Selatan. *Aksi Nyata : Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan*, Volume. 2, Nomor. 2;8-20
- Silvia. (2024). Pemahaman pencatatan akuntansi pada pelaku UMKM di Tangerang Selatan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(2), 689–697. <https://doi.org/10.54373/ifjeb.v4i2.1348>
- Sulaeman, Alqifari,M ,Junarta, H ,& Wijaya,K.K. 2024. Branding Pengembangan Umkm Kopi Sajang Kabupaten Lombok Timur Melalui Edukasi Labeling , Packeging Serta Digital Marketing, *Jurnal NGABDI Lichen Institut*, 1(1),1-8.
- Sulaeman, Alqifari,M ,Junarta, H. 2024. Pendampingan Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Melalui Pemanfaatan Media Digital Pada Kwt Beriuk Girang Kabupaten Lombok Tengah, *Jurnal NGABDI Lichen Institut*, 1(2),22-27.