

PELATIHAN PENINGKATAN KETERAMPILAN PEMASARAN DIGITAL BAGI  
PELAKU UMKM PEMULA DI DESA JELANTIK

Sari Kartikaningrum<sup>1</sup>, Zubaidi bachtiar<sup>2</sup>,

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

<sup>2</sup>Lombok Institut of Technologi, (Lombok Timur), (Indonesia)

\*Corresponding author email : sarikartikaningrum@undikma.ac.id

---

**History Article**

---

**Article history:**

Received Juni 02,  
2025

Approved Juni 31,  
2025

---

**Keywords:**

*Training,*  
*Entrepreneurship,*  
*Digital marketing,,*  
*Beginner MSMEs.*

**ABSTRACT**

Digital Marketing Skills Improvement Training for Beginner MSMEs in Jelantik Village aims to provide understanding and practical skills in managing MSME businesses, especially in terms of digital marketing to MSMEs who are just starting out. This training is designed to help them market their products through the use of digital technology in marketing their products. The materials presented include the basics of promotion, promotion mechanisms, basic sales, and digital-based sales mechanisms. The results obtained are that the digital marketing training that has been implemented for beginner MSMEs has shown positive results in improving participants' skills and understanding of digital marketing strategies. The evaluation results show that the majority of participants experienced significant improvements in marketing aspects, especially in utilizing social media and e-commerce platforms to expand their market reach. The implementation of digital marketing carried out by participants contributed to an increase in sales turnover, which ultimately strengthened their business competitiveness in an increasingly competitive market. Keywords: *Training, Entrepreneurship, Digital marketing,, Beginner MSMEs.*

**ABSTRAK**

Pelatihan Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital untuk Pelaku UMKM pemula di Desa Jelantik bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis dalam pengelolaan bisnis UMKM khususnya dalam hal pemasaran digital kepada pelaku UMKM yang baru memulai usaha. Pelatihan ini dirancang untuk membantu mereka dalam memasarkan produk pelaku UMKM pemula melalui pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka.

---

Materi yang disampaikan mencakup dasar-dasar promosi, mekanisme promosi, dasar dasar penjualan, dan mekanisme penjualan berbasis digital. Hasil yang didapatkan bahwa pelatihan pemasaran digital yang telah dilaksanakan bagi pelaku UMKM pemula menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan keterampilan dan pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengalami peningkatan yang signifikan dalam aspek pemasaran terutama dalam pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Implementasi pemasaran digital yang dilakukan oleh peserta berkontribusi pada peningkatan omset penjualan, yang pada akhirnya turut memperkuat daya saing usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : Pelatihan, Kewirausahaan, Pemasaran digital, ,  
UMKM pemula.

---

© 2025 Jurnal NGABDI Lichen Institute

---

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

---

## INTRODUCTION

Pelaku UMKM pemula dalam memuali dan menjalankan bisnsis UMKMnya membutuhkan cara yang jitu khususnya dalam upaya untuk mempromosikan dan memasarkan produk yang mereka kelola ke calon konsumen yang ada, baik di Desa Jelantik maupun di Pulau Lombok bahkan Nusa Tenggara Barat. salah satu alternative yang harus mereka jalankan dan pelajari adalah mekanisme pemasaran dengan pemasaran local dan memanfaatkan platform digital dalam pemasaran merka. karena pada prinsipnya keterampilan dalam pemasaran digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pelaku UMKM pemula yang ada di Desa Jelantik Kabupaten Lombok Tengah. sebagai pelaku pemula mereka masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan usaha mereka, terutama dalam aspek pemasaran berbasis teknologi digital. Perubahan pola konsumsi dan perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Konsumen kini lebih banyak menggunakan platform digital untuk mencari dan membeli produk, sehingga mengharuskan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan cara yang lebih modern dalam memasarkan produk mereka.

berdasarkan hasil observasi terhadi pelaku UMKM pelmula, mereka pada prinsipnya mengandalkan konsumen local sebagai sumber konsumen mereka, padahal saat ini dengan adanya pergeseran preming penjualan, konsumen dengan mudah didapatkan dan dengan murah untuk di promosikan setiap usaha yang dikelola hanya dengan memanfaatkan media

online secara umum untuk melakukan promosi dan penjualan secara online. adanya fenomena seperti menjadikan usaha pelaku UMKM pemula mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan bersaing dengan kompetitor yang lebih maju. permasalahan lain yang dihadapi adalah masih minimnya keterampilan yang terbatas menjadi faktor lain yang menghambat perkembangan UMKM di Desa Jelantik.

Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian, berinisiatif untuk mengadakan program pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pemasaran digital. Program ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM pemula di Desa Jelantik dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola dan mengembangkan usaha mereka dengan lebih efektif. Melalui pendekatan yang komprehensif, pelatihan ini diharapkan dapat membantu mereka dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital. Pelatihan diselenggarakan mencakup berbagai aspek penting, seperti peran media digital, mekanisme promosi melalui digital dan strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan demikian, pelaku UMKM akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang cara menjalankan usaha mereka secara profesional dan berkelanjutan.

Manfaat yang diharapkan dari pelatihan ini tidak hanya terbatas pada peningkatan keterampilan individu, Dengan memiliki keterampilan yang lebih baik dalam mengelola usaha dan memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM pemula dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan omzet, serta menciptakan lapangan kerja baru yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat memahami bagaimana memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya secara efektif untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Penggunaan strategi pemasaran yang tepat akan membantu mereka dalam menarik perhatian konsumen, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta membangun loyalitas yang kuat terhadap merek mereka.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, maka dibutuhkan program pelatihan kewirausahaan berbasis digital pada sehingga peserta dapat memahami dan memanfaatkan media digital untuk berwirausaha secara online, (Sulaeman, 2024).. Program pelatihan, dan pendampingan mencakup pemanfaatan media sosial, e-commerce, serta strategi periklanan digital sebagai media berwirausaha sehingga mereka dapat menguasai platform pemasaran digital sehingga dapat sebagai media untuk mendapatkan memasarkan produk mereka, (Ratnasari, dkk, 2024).

## **METHODOLOGY**

Pelaksanaan program ini dimulai dengan tahap observasi dan identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM pemula di Desa jelantik, langkah ini dilakukan untuk memastikan kendala apa saja yang dihadapi oleh pelamu UMKM pemula di desa ini, terutama dalam hal pengembangan dan pemasaran produk mereka. Proses identifikasi ini menjadi dasar dalam merancang program pelatihan yang relevan dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Setelah kebutuhan teridentifikasi, langkah berikutnya adalah penyusunan desain program pelatihan yang dibutuhkan sesuai dengan hasil observasi dan identifikasi yang didapatkan, mencakup pengembangan materi dan kurikulum. Materi

pelatihan disusun secara sistematis dan mencakup berbagai aspek penting, seperti dasar dasar promosi, dasar dasar pemasaran dan strategi pemasaran digital bagi pelaku UMKM pemula.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara bertahap, dimulai dengan sesi pembukaan yang bertujuan untuk memperkenalkan program kepada peserta dan menjelaskan manfaat yang akan mereka peroleh. Pelatihan ini disampaikan dengan pendekatan yang interaktif, menggunakan metode studi kasus, simulasi, serta diskusi kelompok untuk meningkatkan pemahaman peserta. Selama pelaksanaan, peserta diberikan kesempatan untuk menerapkan langsung konsep-konsep yang telah dipelajari dalam konteks usaha mereka masing-masing. Evaluasi selama pelatihan dilakukan melalui serangkaian ujian dan penilaian keterampilan guna memastikan bahwa peserta telah memahami materi yang diajarkan. Evaluasi dilakukan secara berkelanjutan dengan melaksanakan diskusi dengan pelaku UMKM pemula serta pengamatan langsung terhadap kemampuan peserta dalam menerapkan keterampilan baru mereka. Setelah pelatihan selesai, implementasi hasil pelatihan menjadi fokus utama untuk memastikan bahwa peserta dapat mengaplikasikan keterampilan mereka dalam dunia nyata. Program PKM juga ini didukung oleh tim pelaksana dari dosen digital manajemen serta pemasaran Program Studi Manajemen UNDIKMA yang turut memberikan bimbingan dalam setiap tahapan kegiatan. PKM ini dilaksanakan diikuti oleh pelaku UMKM Pemula se desa sejumlah 15 orang, yang dilaksanakan pada bulan Desember tahun 2024.

## **RESULTS AND DISCUSSION**

Kegiatan pelatihan berjalan lancar sesuai yang diharapkan, baik saat pembukaan, pemberian materi, pendampingan dalam pembuatan akun media social serta pendampingan dalam membuat konten promosi dan mekanisme pemasaran dilaksanakan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menunjukkan pencapaian yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam berbagai aspek dan konsep pemasaran. Berdasarkan hasil evaluasi langsung pada peserta pelatihan, dapat terlihat bahwa hasil yang diperoleh tidak hanya mencerminkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga menunjukkan adanya perubahan nyata dalam praktik usaha yang mereka terapkan setelah mengikuti pelatihan ini.

Hasil pelatihan yang begitu menonjol dalam pelatihan ini ini adalah peningkatan keterampilan kewirausahaan di kalangan peserta. Sebagian besar peserta yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam pemahaman konsep promosi dan pemasaran kini telah mampu menyusun mekanisme dan konten promosi yang menarik. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Namun, setelah mendapatkan pelatihan yang komprehensif, mereka telah mampu memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan situs web untuk mempromosikan produk mereka. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan visibilitas dan akses pasar yang lebih luas.

Dampak lain dan nyata juga terlihat dari hasil pelatihan ini adalah adanya peningkatan omset nyata yang dilaporkan oleh peserta pelatihan. Banyak di antara mereka yang mengalami kenaikan penjualan setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang telah

diajarkan. Penggunaan media sosial seperti Tiktok, Instagram dan Facebook untuk promosi serta pemanfaatan fitur iklan berbayar telah membantu peserta dalam menjangkau pelanggan baru dan memperluas jangkauan bisnis mereka ke pasar yang lebih luas. Keberhasilan program ini juga dapat dilihat dari terbentuknya komunitas pelaku UMKM yang solid sebagai hasil dari kegiatan pelatihan. Peserta telah membentuk kelompok diskusi yang berfungsi sebagai forum untuk saling bertukar pengalaman, berbagi tantangan, dan menemukan solusi bersama terkait pengembangan usaha mereka. Keberadaan komunitas ini menjadi salah satu bentuk dukungan berkelanjutan yang memungkinkan peserta untuk terus bertumbuh dan berkembang secara bersama-sama.

Pelaksanaan program ini telah berhasil mencapai tujuan utamanya, Keberhasilan ini juga menunjukkan bahwa pendekatan berbasis digital sangat relevan dalam meningkatkan daya saing UMKM di era modern. Dengan dukungan yang tepat dan pemanfaatan teknologi digital yang optimal, pelaku UMKM pemula dapat memiliki peluang untuk berkembang dan dapat meraih pasar yang luas sehingga dapat bersaing secara kompetitif.

Secara keseluruhan kegiatan pelatihan pemasaran digital bagi pelaku UMKM pemula bimbingan yang dilaksanakan Bagi peserta, 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 kegaitan ini juga memberikan dampak memberikan dampak berkelanjutan bagi pelaku UMKM pemula untuk mendapatkan pengembangan dan kemandirian usaha mereka (Nur anisyah, dkk 2024) serta kegiatan ini dapat membantu meningkatkan pemahaman mekanisme penjualan dengan pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terealisasikan secara keseluruhan (Sulaeman, dkk 2024).

Dalam pandangan lain, Syafri, dkk (2025), mengungkapkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pelatihan bagi pelaku UMKM pemula dalam pemasaran berbasis digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan kemandirian dalam pengelolaan usaha yang dijalankan serta kesempatan untuk mendapatkan peluang pasar yang sangat luas, sehingga 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 Program pelatihan pemasaran digital yang telah dilaksanakan bagi pelaku UMKM pemula di Desa Jelantik menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan keterampilan dan pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengalami peningkatan yang signifikan dalam aspek pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Implementasi pemasaran digital yang dilakukan oleh peserta berkontribusi pada peningkatan omset penjualan, yang pada akhirnya turut memperkuat daya saing usaha mereka di pasar yang

semakin kompetitif.

## REFERENCES

- Alysha Fadjri Ramadhani. (2021). Pengembangan UMKM melalui sosialisasi dan penyuluhan guna menunjang keberlangsungan usaha di masa pandemi COVID-19, 01(01), 1–23.
- Lubis, M. R., Susanti, E., Wirapraja, A., Siregar, M. N. H., Simarmata, J., Fadhillah, Y., Giap, Y. C., Abdillah, L. A., Purba, R. A., & Muttaqin, M. (2020). Pengenalan Teknologi Informasi. Yayasan Kita Menulis.
- Nur anisyah, Sulaeman, Mulhidin.2024. Pemberdayaan Pelaku Umkm Di Desa Tegal Maja Kabupaten Lombok 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).
- Ratnasari.S , Faizan.M, dan Sukarman.2024. Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Keripik Usus Bagi Ibu-Ibupkkdan Karang Taruna Di Desa Semparu Kabupaten Lomboktengah. JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT(NGABDI); 1 (4) :29-33
- 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
- Sulaeman. 2024. Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Pelaku Umkmdi Desabanyuuripkabupaten Lombok Barat, Jurnal NGABDI Lichen Institut, 1(1),8-12
- 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.