Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA

Original Research Paper

Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Dalam Mendukung Data Penguatan Ekonomi Desa Melalui Program SID Di Desa Dasan Geria

Eka Agustiani[1]*, Endang Astuti[1], Siti Nurmayanti[1], Dwi Putra Buana Sakti[1], Qhalanis Dytta Dovarillia[1]

[1]*Program Studi Ekonomi dan Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia*

DOI: https://doi.org/10.29303/jpmpi.v9i3.16512
Citation: Agustiani, A., Astuti, E., Nurmayanti, S., Sakti, D. P. B., & Dovarillia, Q. D. (2026). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Dalam Mendukung Data Penguatan Ekonomi Desa Melalui Program SID Di Desa Dasan Geria. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 9*(3)

Article history
Received: 7 July 2026
Revised: 28 August 2026
Accepted: 2 September 2026

*Corresponding Author: Eka Agustiani, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia; Email: ekaagustiani27@unram.ac.id

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in strengthening local economies; however, they often face challenges such as limited marketing reach, insufficient business management capacity, and suboptimal business information management. This situation is also observed among MSMEs in Dasan Geria Village, Lingsar District, West Lombok Regency—an area with significant local product potential that has yet to fully leverage digital technology or effective data governance. This community service initiative aims to enhance the capacity of MSME owners in business management and the use of digital technology for marketing, while also supporting the provision of village-level economic information through systematic business data collection. The implementation employed a participatory approach, encompassing the observation and mapping of existing MSMEs, guidance on increasing product value-added, training in basic business management and digital marketing, and the integration of business data into the Village Information System (SID). The results indicate an improved understanding of business management among participants, enhancements to product packaging and branding, a greater ability to utilize digital media for promotion, and the establishment of more structured MSME data within the SID. This initiative demonstrates that an integrated approach—combining capacity building for business owners with strengthened information governance—can serve as an effective strategy for fostering technology-driven MSME development at the village level.

Keywords: digital literacy; community empowerment; business transformation; local economy; village information system.

Pendahuluan

Pembangunan ekonomi desa merupakan bagian penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal, penguatan kapasitas ekonomi masyarakat, dan pengembangan kelembagaan desa. Perubahan paradigma pembangunan desa menempatkan desa sebagai subjek pembangunan yang memiliki kemampuan untuk mengelola sumber daya ekonomi, sosial, dan kelembagaan secara mandiri serta berkelanjutan. Sejalan dengan arah kebijakan pembangunan desa, penguatan ekonomi lokal perlu didukung melalui optimalisasi potensi masyarakat, pengembangan usaha produktif, serta pemanfaatan teknologi dan inovasi sebagai instrumen peningkatan daya saing desa (Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2023). Dalam konteks tersebut, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai penggerak ekonomi lokal karena

© 2026 The Author(s). This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 5.0 license.

mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung keberlanjutan aktivitas ekonomi berbasis potensi wilayah (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014).

UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangannya. Permasalahan umum yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan kapasitas manajemen usaha, rendahnya inovasi produk, keterbatasan akses pasar, serta kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital yang masih terbatas (Tambunan, 2021). Dalam perkembangan ekonomi digital, kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi dan menyesuaikan strategi pemasaran menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing usaha (OECD, 2023). Selain itu, strategi pemasaran yang efektif membutuhkan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, pengelolaan hubungan pelanggan, serta pemanfaatan berbagai saluran komunikasi pemasaran (Kotler & Keller, 2016). Pada wilayah perdesaan, tantangan tersebut menjadi lebih kompleks karena sebagian besar UMKM masih menjalankan usaha dengan skala kecil, teknologi sederhana, serta sistem pemasaran yang masih bergantung pada jaringan konsumen lokal. Kondisi tersebut menyebabkan potensi produk lokal belum sepenuhnya mampu berkembang menjadi kekuatan ekonomi desa yang berkelanjutan.

Desa Dasan Geria, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan UMKM berbasis sumber daya lokal, terutama pada sektor pengolahan pangan, pertanian, dan industri rumah tangga. Namun, berdasarkan hasil identifikasi awal, pelaku UMKM di Desa Dasan Geria masih menghadapi beberapa permasalahan utama, yaitu rendahnya nilai tambah produk, keterbatasan pengelolaan usaha, belum optimalnya pencatatan usaha, serta keterbatasan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Selain itu, data mengenai jumlah usaha, jenis produk, kapasitas produksi, dan saluran pemasaran belum terdokumentasi secara sistematis sehingga belum dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai dasar perencanaan pengembangan ekonomi desa (Pemerintah Desa Dasan Geria, 2025).

Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui pemanfaatan digital marketing. Digital marketing memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta membangun citra produk melalui berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi komunikasi bisnis, dan marketplace (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Transformasi pemasaran digital juga telah mengubah pola hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, di mana keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga kemampuan usaha dalam membangun komunikasi dan pengalaman konsumen melalui kanal digital (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan UMKM. Sharabati et al. (2024) menunjukkan bahwa strategi digital marketing berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui peningkatan visibilitas produk, hubungan pelanggan, dan efektivitas pemasaran. Pada konteks UMKM di Indonesia, Pradiani (2017) juga menunjukkan bahwa penerapan sistem pemasaran digital mampu mendukung peningkatan pemasaran produk industri rumahan. Namun demikian, keberhasilan implementasi digital marketing sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami teknologi digital, membuat konten promosi, dan mengelola media digital secara konsisten (Setiawan & Nugroho, 2021).

Selain aspek pemasaran digital, penguatan ekonomi desa juga membutuhkan dukungan tata kelola data yang baik. Data UMKM yang akurat, terstruktur, dan mudah diperbarui menjadi komponen penting dalam penyusunan program pemberdayaan masyarakat dan pengambilan keputusan berbasis bukti. UNDP (2022) menjelaskan bahwa sistem data ekonomi lokal dapat membantu pemerintah dalam memahami kondisi usaha masyarakat serta merancang intervensi pembangunan yang lebih tepat sasaran. Dalam konteks desa, Sistem Informasi Desa (SID) menjadi salah satu instrumen strategis untuk mendukung digitalisasi tata kelola pemerintahan desa, termasuk dalam pengelolaan informasi potensi ekonomi lokal dan UMKM (Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2022). Pemanfaatan sistem informasi tingkat desa juga berperan dalam memperkuat pembangunan inklusif melalui penyediaan data yang lebih akurat, terintegrasi, dan dapat digunakan sebagai dasar

DOI: https://doi.org/10.29303/jpmpi.v9i3.16174

pengambilan keputusan pembangunan (World Bank, 2022).

Pengembangan SID tidak hanya berfungsi sebagai sistem administrasi pemerintahan, tetapi juga dapat menjadi basis informasi untuk mendukung pembangunan desa berbasis data. Pemanfaatan sistem informasi desa terbukti mampu meningkatkan kualitas pengelolaan informasi dan mendukung proses transformasi digital di tingkat desa (Mardinata et al., 2023). Selain itu, digitalisasi sistem informasi dan administrasi desa menjadi salah satu langkah penting dalam mewujudkan desa digital yang mampu mengelola potensi lokal secara lebih efektif dan berkelanjutan (Baskoro et al., 2023).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan pendekatan pengabdian yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas pelaku UMKM dengan penguatan tata kelola data ekonomi desa. Pelatihan digital marketing tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran produk, tetapi juga dipadukan dengan penguatan manajemen usaha dan pendataan UMKM melalui Sistem Informasi Desa (SID). Pendekatan integratif ini diharapkan mampu menghasilkan pelaku UMKM yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi sekaligus menyediakan basis data ekonomi desa yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah desa dalam perencanaan program pemberdayaan masyarakat.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam pengelolaan usaha dan pemasaran digital serta mendukung penguatan data ekonomi desa melalui integrasi pendataan UMKM dalam Sistem Informasi Desa (SID) di Desa Dasan Geria. Secara khusus, kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan digital marketing, penguatan manajemen usaha sederhana, peningkatan nilai tambah produk, serta pendataan dan integrasi informasi UMKM ke dalam sistem informasi desa.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis pemecahan masalah (*participatory problem-solving approach*) dengan melibatkan pelaku UMKM dan pemerintah Desa Dasan Geria, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan mitra sekaligus merancang intervensi yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, khususnya pada aspek peningkatan nilai tambah produk, manajemen usaha, pemasaran digital, dan penguatan data ekonomi desa melalui Sistem Informasi Desa (SID).

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi dan pemetaan kondisi UMKM, pelatihan peningkatan kualitas produk dan kemasan, pelatihan manajemen usaha serta pencatatan keuangan sederhana, pelatihan digital marketing, dan integrasi data UMKM ke dalam SID. Tahap pemetaan dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi awal usaha, sistem pemasaran, serta kebutuhan pengembangan UMKM sebagai dasar penyusunan kegiatan pendampingan.

Pelatihan digital marketing dilakukan melalui praktik pemanfaatan media digital, meliputi penggunaan WhatsApp Business, media sosial bisnis, pembuatan konten promosi sederhana, dan pengenalan marketplace. Selain itu, dilakukan pendataan UMKM yang mencakup identitas usaha, jenis produk, kapasitas produksi, omzet, dan saluran pemasaran untuk selanjutnya diintegrasikan ke dalam Sistem Informasi Desa (SID).

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses dilakukan dengan melihat tingkat partisipasi dan keterlibatan mitra selama kegiatan berlangsung, sedangkan evaluasi hasil dilakukan melalui pengamatan terhadap perubahan kemampuan peserta dalam pengelolaan usaha, pemanfaatan media digital, serta ketercapaian integrasi data UMKM dalam SID.

Keberlanjutan program dilakukan melalui pemutakhiran data UMKM dalam SID oleh pemerintah desa, pendampingan lanjutan pemanfaatan digital marketing, serta pengembangan kapasitas UMKM melalui kerja sama antara perguruan tinggi dan pemerintah desa.

Hasil dan Pembahasan

Identifikasi Kondisi Awal dan Permasalahan UMKM Desa Dasan Geria

Pelaksanaan kegiatan pengabdian diawali dengan observasi dan pemetaan kondisi UMKM Desa Dasan Geria, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik usaha, jenis produk, sistem pengelolaan usaha, pola pemasaran, serta

kebutuhan pengembangan kapasitas pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil identifikasi awal, ditemukan bahwa sebagian besar UMKM masih menjalankan aktivitas usaha dengan skala rumah tangga dan sistem pengelolaan yang sederhana. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan peningkatan nilai tambah produk, belum optimalnya kemasan dan pelabelan, pencatatan usaha yang belum dilakukan secara rutin, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran produk masih terbatas dan potensi ekonomi lokal belum berkembang secara optimal.

Selain aspek kapasitas usaha, hasil pemetaan juga menunjukkan bahwa data mengenai profil UMKM, jenis usaha, kapasitas produksi, omzet, dan saluran pemasaran belum terdokumentasi secara sistematis. Kondisi tersebut menjadi salah satu kendala dalam penyusunan program pemberdayaan berbasis kebutuhan karena pemerintah desa belum memiliki basis data ekonomi UMKM yang terstruktur. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian menyusun intervensi yang mencakup peningkatan nilai tambah produk, penguatan manajemen usaha, pelatihan digital marketing, serta integrasi data UMKM ke dalam Sistem Informasi Desa (SID).

Peningkatan Nilai Tambah Produk dan Penguatan Manajemen Usaha UMKM

Salah satu permasalahan utama yang ditemukan pada pelaku UMKM Desa Dasan Geria adalah masih terbatasnya kemampuan dalam meningkatkan nilai tambah produk dan mengelola usaha secara lebih sistematis. Sebagian besar UMKM masih menjalankan aktivitas usaha dalam skala rumah tangga dengan pengelolaan yang sederhana, sehingga aspek pengemasan, identitas produk, serta pencatatan usaha belum menjadi bagian dari pengelolaan bisnis secara rutin.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian memberikan pendampingan dan pelatihan yang diarahkan pada peningkatan kapasitas usaha, meliputi pemahaman mengenai pentingnya kualitas produk, kemasan, pelabelan, serta pengelolaan keuangan sederhana. Pendampingan peningkatan nilai tambah produk dilakukan agar pelaku UMKM mampu memahami bahwa kemasan dan identitas produk memiliki peran penting dalam membangun persepsi konsumen serta meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya pengembangan produk yang lebih siap dipasarkan. Beberapa pelaku UMKM melakukan perbaikan pada aspek kemasan dan kelengkapan informasi produk. Selain itu, peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan sederhana, meliputi pencatatan pemasukan, pengeluaran, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan penentuan harga jual.

Penerapan manajemen usaha sederhana menjadi aspek penting dalam keberlanjutan UMKM karena pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangan dan perkembangan usahanya secara lebih objektif. Sebelum adanya pendampingan, sebagian pelaku usaha masih melakukan pengelolaan keuangan secara sederhana tanpa pencatatan rutin. Melalui kegiatan ini, peserta mulai memahami bahwa data usaha merupakan dasar penting dalam mengambil keputusan bisnis.



Gambar 1. Penyampaian Materi dan Pengarahan kepada Pelaku UMKM Desa Dasan Geria
***Keterangan**: Tim pengabdian memberikan penyuluhan dan pengarahan kepada peserta mengenai pengelolaan usaha, peningkatan kapasitas UMKM, dan strategi pengembangan usaha.*

Dokumentasi pada Gambar 1 menunjukkan proses penyampaian materi sebagai bagian dari upaya peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Kegiatan penyuluhan menjadi tahap awal dalam membangun pemahaman peserta sebelum dilakukan penerapan berbagai strategi pengembangan usaha. Hasil kegiatan ini sejalan dengan pendekatan pemberdayaan UMKM yang menempatkan peningkatan kapasitas pengetahuan dan keterampilan sebagai faktor penting dalam pengembangan usaha masyarakat.

Implementasi Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan Pasar UMKM

Pelatihan digital marketing merupakan salah satu kegiatan utama dalam program pengabdian ini sebagai bentuk respons terhadap keterbatasan pemasaran yang masih dihadapi oleh pelaku UMKM Desa Dasan Geria. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pemasaran produk masih bergantung pada jaringan konsumen lokal dan belum memanfaatkan media digital secara optimal.

Melalui kegiatan pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Materi yang diberikan meliputi penggunaan WhatsApp Business, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, pembuatan konten promosi sederhana, serta pengenalan marketplace sebagai alternatif saluran distribusi produk.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan praktik langsung sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga dapat berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami fungsi media digital dalam memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan pelanggan, dan memperluas peluang pasar. Sebagian peserta juga mulai mampu membuat konten promosi sederhana menggunakan perangkat yang tersedia.



Gambar 2. Diskusi dan Tanya Jawab Peserta dalam Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing
***Keterangan**: Peserta menyampaikan pertanyaan dan berdiskusi dengan tim pengabdian terkait materi pemasaran digital dan pengembangan usaha.*

Partisipasi aktif peserta dalam sesi diskusi sebagaimana terlihat pada Gambar 2 menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan tidak berlangsung secara satu arah, tetapi memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan pengalaman dan permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Interaksi tersebut menjadi bagian penting dalam proses pemberdayaan karena solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kondisi nyata pelaku UMKM.

Penerapan digital marketing dalam kegiatan ini menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM dapat dimulai melalui pemanfaatan teknologi sederhana yang mudah diakses oleh masyarakat. Penggunaan media digital secara konsisten dapat membantu UMKM membangun keberadaan digital (*digital presence*) dan meningkatkan peluang interaksi dengan konsumen. Hal ini sejalan dengan Sharabati et al. (2024) yang menyatakan bahwa digital marketing berperan dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui peningkatan visibilitas produk dan hubungan dengan pelanggan.

Integrasi Data UMKM dalam Sistem Informasi Desa (SID)

Selain peningkatan kapasitas individu pelaku UMKM, kegiatan pengabdian ini juga diarahkan pada penguatan tata kelola data ekonomi desa melalui integrasi informasi UMKM dalam Sistem Informasi Desa (SID). Pendataan UMKM dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih terstruktur mengenai profil usaha masyarakat, jenis produk yang dikembangkan, kapasitas produksi, omzet usaha, serta saluran pemasaran yang digunakan.

Data yang diperoleh dari proses pendataan selanjutnya digunakan sebagai basis informasi ekonomi desa. Integrasi data UMKM ke dalam SID menjadi langkah strategis karena memungkinkan pemerintah desa memiliki informasi yang lebih akurat mengenai potensi ekonomi masyarakat dan kebutuhan pengembangan UMKM.



Gambar 3. Dokumentasi Bersama Tim Pengabdian dan Peserta Kegiatan

Keterangan: Dokumentasi bersama tim pengabdian, peserta UMKM, dan mitra kegiatan setelah pelaksanaan program pengabdian masyarakat.

Gambar 3 menunjukkan keterlibatan aktif antara tim pengabdian dan peserta selama pelaksanaan kegiatan. Dokumentasi ini menjadi bukti bahwa program dilaksanakan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan pelaku UMKM sebagai mitra utama.

Penguatan SID melalui pendataan UMKM memiliki manfaat jangka panjang karena data yang tersedia dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun program pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi desa. Sistem informasi desa yang dikelola secara berkelanjutan juga membutuhkan dukungan kapasitas sumber daya manusia desa agar proses pemutakhiran data dapat berjalan secara konsisten (Rusli et al., 2024). Pemanfaatan teknologi informasi di tingkat desa menjadi bagian penting dalam mendukung transformasi menuju tata kelola desa berbasis digital (Mardinata et al., 2023; Baskoro et al., 2023).

Capaian Pelaksanaan Program Pengabdian

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian telah mencapai target yang ditetapkan. Program tidak hanya menghasilkan peningkatan kapasitas individu pelaku UMKM, tetapi juga menghasilkan penguatan kelembagaan melalui tersedianya basis data UMKM dalam SID. Rekapitulasi capaian kegiatan menunjukkan bahwa permasalahan prioritas mitra telah memperoleh intervensi melalui kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan lapangan.

Tabel 1. Capaian Program Pengabdian bagi Pelaku UMKM Desa Dasan Geria

Permasalahan Mitra	Kegiatan Intervensi	Hasil Capaian
Nilai tambah produk masih rendah	Pendampingan kemasan dan pelabelan produk	Sebagian besar UMKM melakukan perbaikan kemasan
Manajemen usaha belum optimal	Pelatihan pencatatan usaha dan HPP	Peserta mulai menerapkan pencatatan usaha sederhana
Pemasaran masih konvensional	Pelatihan digital marketing	Peserta mulai memanfaatkan media digital bisnis
Data UMKM belum terkelola	Pendataan dan integrasi SID	Data UMKM peserta tersedia dalam SID

Keberlanjutan pemanfaatan SID juga memerlukan dukungan kapasitas sumber daya manusia desa, khususnya operator dan pengelola sistem, agar proses pembaruan data dapat dilakukan secara konsisten. Penguatan kapasitas aparatur desa melalui pelatihan pengelolaan SID menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan sistem informasi desa (Rusli et al., 2024).

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian dengan judul **"Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Dalam Mendukung Data Penguatan Ekonomi Desa Melalui Program SID Di Desa Dasan Geria"** telah dilaksanakan melalui rangkaian kegiatan identifikasi permasalahan, pendampingan peningkatan nilai tambah produk, pelatihan manajemen usaha, pelatihan digital marketing, serta integrasi data UMKM ke dalam Sistem Informasi Desa (SID).

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaksanaan program mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam beberapa aspek, yaitu pemahaman mengenai pentingnya kemasan dan pelabelan produk, penerapan pencatatan usaha sederhana, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan penguatan tata kelola data ekonomi

desa melalui tersedianya data UMKM yang lebih terstruktur dalam Sistem Informasi Desa (SID).

Pendekatan integratif antara peningkatan kapasitas pelaku UMKM dan penguatan basis data desa menjadi strategi yang relevan dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis teknologi digital. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh keterampilan pemasaran digital, tetapi juga mulai memahami pentingnya pengelolaan usaha dan data sebagai dasar pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, beberapa saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Pelaku UMKM diharapkan dapat terus memanfaatkan media digital yang telah diperkenalkan untuk mendukung kegiatan promosi dan pemasaran produk.
2. Pemerintah Desa Dasan Geria diharapkan dapat melakukan pemutakhiran data UMKM dalam Sistem Informasi Desa (SID) secara berkala agar data ekonomi desa tetap tersedia dan dapat dimanfaatkan dalam perencanaan program pemberdayaan masyarakat.

Kegiatan pendampingan serupa dapat dilanjutkan untuk memperkuat kemampuan UMKM dalam pengembangan pasar, peningkatan kualitas produk, dan pemanfaatan teknologi digital.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Rektor Universitas Mataram atas dukungan dana kegiatan pengabdian. Ucapan teima kasih juga disampaikan kepada Desa Dasan Geria beserta seluruh jajaran. Mataram atas dukungan, kerja sama, serta partisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Referensi

Baskoro, D. A., Maipita, I., Fitrawaty, F., et al. (2023). Digitalisasi sistem informasi dan administrasi desa sebagai upaya menuju desa digital. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 7*(1), 1–10. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i1.12500

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.

Digdowiseiso, K., & Ria. (2023). Pengenalan digital marketing bagi pelaku UMKM. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*.

Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2022). *Kebijakan Sistem Informasi Desa*. Jakarta: Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia. (2023). *Digitalisasi Desa dan Penguatan Ekonomi Lokal*. Jakarta: Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.

Mardinata, E., Cahyono, T. D., et al. (2023). Transformasi digital desa melalui Sistem Informasi Desa (SID): Meningkatkan kualitas pelayanan publik. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

OECD. (2023). *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/3e0a9e1e-en

Pemerintah Desa Dasan Geria. (2025). *Profil dan Data UMKM Desa Dasan Geria*. Lombok Barat: Pemerintah Desa Dasan Geria.

Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 11*(2), 46–53. https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45

Rusli, R., Ahmar, A. S., Musa, H., & Rahman, A. (2024). Pemberdayaan aparat desa melalui pelatihan penggunaan Sistem Informasi Desa. *Panrannuangku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.

Setiawan, D., & Nugroho, A. (2021). Pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan UMKM pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Desa, 5*(2), 45–56.

Sharabati, A. A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The impact of digital marketing on the performance of SMEs: An analytical study. *Sustainability, 16*(19), 8667. https://doi.org/10.3390/su16198667

Tambunan, T. (2021). *UMKM di Indonesia: Tantangan dan Prospek*. Jakarta: LP3ES.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

UNDP. (2022). *Local Economic Development and SME Data Systems*. New York: United Nations Development Programme.

World Bank. (2022). *Village Information Systems for Inclusive Growth*. Washington, DC: World Bank.