

PENINGKATAN EKONOMI KREATIF DIGITAL MARKETING MELALUI USAHA
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) PEPES IKAN DESA LINGSAR
KECAMATAN LINGSAR KABUPATEN LOMBOK BARAT

Enhancing The Creative Economy Of Digital Marketing Through Micro, Small, And Medium Enterprises (Msmes) Of Fish Pepes In Lingsar Village, Lingsar District, West Lombok Regency

Baiq Alisa Nakita Putri^{1*}, Siti Astuti Zahra², Iga Larashati Purnamasari³, Ayu Pujiarti⁴, Rizky Wahyu Prastiwi⁵, Enisa Padila Putri⁶, Stefania Lorensa Ina Tokan⁷, Muhammad Syuqroni⁸, Made Krisna Suryana Putra⁹, Hasan Wirayuda¹⁰, Aqsal Ilham Syafatullah¹¹, Prof. Dr. Ir. Bulkaini, MP.¹²

Universitas Mataram

Jalan Majapahit No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat

Informasi artikel

Korespondensi	:	Kkndesalingsar25sukses@gmail.com
Tanggal	:	27 Oktober 2025
Publikasi	:	
DOI	:	https://doi.org/10.29303/wicara.v3i5.8782

ABSTRAK

UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran digital. Tujuan dari Program KKN Universitas Mataram di Desa Lingsar (Juli hingga Agustus 2025) adalah untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) pepes ikan meningkatkan kemampuan mereka melalui pendampingan digital marketing. Analisis kualitatif menggunakan observasi, wawancara, dan survei digunakan. (1) mempromosikan pembuatan QRIS DANA untuk transaksi non-tunai, (2) menghasilkan video yang mempromosikan pepes ikan di media sosial, dan (3) mengatur infrastruktur area usaha. Program ini berhasil mendorong UMKM Desa Lingsar untuk menggunakan teknologi digital, memperluas pasar, dan meningkatkan branding mereka.

Kata kunci: UMKM, pemasaran digital, QRIS, KKN, Desa Lingsar

ABSTRACT

MSMEs play a vital role in economic growth, yet they still face challenges in digital marketing. The objective of the University of Mataram Community Service Program in Lingsar Village (July to August 2025) was to help small and medium-sized enterprises (SMEs) producing pepes ikan (fish pepes) improve their capabilities through digital marketing assistance. Qualitative analysis using observation, interviews, and surveys was used. The objectives were (1) to promote the creation of QRIS DANA for cashless transactions, (2) to produce videos promoting pepes ikan on social media, and (3) to organize the infrastructure of the business area. This program successfully encouraged MSMEs in Lingsar Village to use digital technology, expand their market, and enhance their branding.

Keyword: MSMEs, digital marketing, QRIS, KKN, Lingsar Village

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara, pengentasan kemiskinan, dan penciptaan lapangan kerja (Hadinugroho et al., 2023). Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil (Waqfin et al., 2021). Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi banyak tantangan, terutama dalam hal pemasaran dan adaptasi terhadap kemajuan teknologi digital. Pelaku UMKM di daerah masih sangat kurang dalam memahami perkembangan teknologi informasi saat ini (Edy Sumarno, 2022). Pemasaran konvensional tidak lagi cukup untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif saat ini. Pemasaran digital menjadi solusi strategis untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, dan memperkuat branding UMKM. Pelaku usaha dapat memasarkan produk mereka dengan lebih efektif dan efisien dengan menggunakan platform digital seperti marketplace dan media sosial. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN), yang merupakan bentuk kontribusi nyata mahasiswa terhadap pengembangan masyarakat dan penguatan sektor UMKM, adalah bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dengan pendekatan lintas keilmuan dan sektoral di bawah koordinasi perguruan tinggi. Kuliah Kerja Nyata (KKN) memungkinkan siswa menerapkan teori mereka ke dalam praktik kerja masyarakat. Selain itu, KKN adalah pengalaman konkret yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Husni Fauzi et al., 2023). Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan kemampuan siswa untuk memecahkan masalah nyata yang terjadi di masyarakat serta menumbuhkan kepedulian sosial dan semangat kewirausahaan. Desa Lingsar, yang terletak di Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat, memiliki potensi yang luar biasa untuk industri perikanan dan kuliner. Pepes ikan, makanan tradisional khas yang dibuat dengan bahan-bahan lokal, adalah salah satu produk unggulan desa ini. Pelaku UMKM pepes ikan di Desa Lingsar masih menghadapi masalah dalam mempromosikan dan mengiklankan produk mereka secara digital meskipun kualitas bahan baku dan rasanya sangat baik. Melihat potensi yang besar namun belum sepenuhnya dimanfaatkan, diperlukan pendampingan dan pelatihan tentang penerapan pemasaran digital untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Lingsar. Melalui program KKN, mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM, mempelajari strategi pemasaran digital, dan mendorong pembentukan ekosistem ekonomi kreatif berbasis teknologi di Desa Lingsar.

METODE KEGIATAN

Kegiatan KKN ini dilakukan di Desa Lingsar, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Rangkaian kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisis situasi dan potensi

Analisis situasi adalah tahap awal penyusunan strategi, dan tujuan dari analisis situasi adalah untuk menentukan seberapa cocok strategi dengan peluang eksternal dan kekuatan internal (Sipahutar et al., 2024). Analisis situasi dilakukan dengan metode wawancara dan observasi langsung ke lokasi produksi pepes ikan. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi terkini dari pelaku UMKM pepes ikan di Desa Lingsar. Tim melakukan wawancara dengan pelaku UMKM, kepala dusun, dan perangkat desa setempat, serta mengobservasi proses produksi dan pemasaran yang selama ini dilakukan oleh pelaku usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM pepes ikan di Desa Lingsar memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama karena cita rasa khas dan bahan baku lokal yang melimpah. Namun, masih minim dalam hal

- pemasaran digital dan kemasan produk, yang menjadi tantangan utama dalam meningkatkan jangkauan pasar.
2. Sosialisasi Pentingnya Digital Marketing dan Branding pemasaran melalui sosial media
- Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM pepes ikan di Desa Lingsar mengenai pentingnya digital marketing dalam memperluas jangkauan pasar. Mengingat masih banyak masyarakat yang belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dan kurang memahami strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, salah satu fokus utama dari program ini adalah meningkatkan sektor pemasaran produk lokal melalui digital marketing (Qurhtuby et al., 2021). Digital Marketing merupakan platform yang digunakan oleh pengusaha, investor, prusahaan berbasis produk, dan unit lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan (Janizar et al., 2024).
3. Pembuatan Media Promosi Digital Produk UMKM
- a. Pembuatan Video Promosi Produk Ikan
 - b. Penyebaran Informasi melalui Media Sosial
 - c. Pemanfaatan penggunaan pembayaran digital (QRIS) untuk UMKM
- Pembuatan video dilakukan untuk menampilkan proses pembuatan pepes ikan, kualitas bahan baku, serta keunikan cita rasa. Pada era digital saat ini, suatu brand dapat memasarkan barang atau jasa mereka dengan menggunakan video marketing (Huizen et al., 2023). Video ini akan menjadi alat promosi utama untuk memperkenalkan produk secara digital melalui media sosial.
- Informasi produk disebarluaskan melalui platform media sosial (Instagram, TikTok). Strategi ini bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan secara online.
4. Peningkatan Infrastruktur Pendukung UMKM
- Pengembangan UMKM pepes ikan di Desa Lingsar, kegiatan ini mencakup pembersihan area produksi serta penataan fasilitas fisik yang mendukung kenyamanan dan kelayakan usaha. Selain itu, pemasangan papan nama juga dilakukan untuk memperjelas identitas lokasi usaha dan meningkatkan daya tarik dari sisi tampilan.
- a. Melakukan kegiatan bersih-bersih di area pepes ikan dan penataan infrastruktur
- Kegiatan ini dilakukan sebagai langkah awal menciptakan lingkungan produksi yang bersih, tertata, dan sesuai dengan standar kebersihan produk pangan. Pembersihan dilakukan secara gotong royong bersama pelaku UMKM dan masyarakat sekitar di area produksi pepes ikan, termasuk penataan ulang ruang pengolahan, area pengemasan, dan tempat

penyimpanan. Selain kebersihan, dilakukan juga perbaikan kecil pada fasilitas fisik seperti meja kerja, tempat cuci tangan, serta ventilasi untuk memastikan kenyamanan dan sanitasi yang baik. Dengan lingkungan usaha yang bersih dan tertata, kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk akan meningkat.

b. Pemasangan Papan nama area pepes ikan

Papan nama dipasang di lokasi usaha sebagai penanda resmi area produksi dan pemasaran pepes ikan milik UMKM Desa Lingsar. Papan ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas usaha, tetapi juga sebagai bagian dari strategi branding visual yang dapat menarik perhatian calon pembeli. Pemasangan plang tidak hanya meningkatkan kualitas usaha UMKM, tetapi juga membuat lokasi yang diberi plang diketahui oleh orang-orang yang melewatkannya (Lisdahayati et al., 2024). Desain papan nama mencantumkan nama UMKM. Pemasangan papan nama ini juga menambah kesan profesional dan memperkuat citra produk lokal sebagai bagian dari ekonomi kreatif desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sosialisasi Cara Pembuatan Qris DANA pada UMKM Melalui Digital Marketing
Kegiatan ini merupakan bagian dari program kerja utama KKN Universitas Mataram di Desa Lingsar yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha pepes ikan dalam melakukan pembayaran di zaman digital. Seperti pembuatan QRIS melalui aplikasi DANA (Rinanto et al., 2022). Sebelum kegiatan sosialisasi dan pelaksanaan dilakukan, mahasiswa KKN melakukan survei awal dan pendataan pelaku usaha dengan menggunakan Google Form (GForm) untuk mengetahui kebutuhan, hambatan, dan tingkat pemahaman masyarakat tentang sistem pembayaran digital. Data yang diperoleh dari survei ini kemudian dianalisis untuk membuat metode pendampingan yang tepat sasaran dan sesuai dengan masyarakat setempat. Dengan metode ini, pelaku UMKM di Desa Lingsar diharapkan dapat memasarkan produk secara digital dan siap untuk menerapkan sistem transaksi non-tunai yang canggih dan efektif.

Gambar 1. Pelaksanaan Sosialisasi Cara Pembuatan QRIS DANA pada UMKM melalui Digital Marketing



2. Pembuatan Video Promosi Pepes Ikan Lingsar

Tujuan dari acara ini adalah untuk mendorong pengembangan pepes ikan khas Desa Lingsar, yang terletak di Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat,

Nusa Tenggara Barat. Produk tradisional ini dibuat dengan bumbu khas dan dibungkus dengan daun pisang, menjadikannya salah satu ikon makanan lokal. Sebagai bagian dari promosi, dibuat video yang menunjukkan proses pembuatan pepes ikan dan keunikan ikan tersebut. Video ini diunggah ke Instagram melalui akun UMKM Desa Lingsar, dan mendapat tanggapan positif dari masyarakat, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan pemasaran produk UMKM Desa Lingsar.

Gambar 2. Pelaksanaan Pembuatan Video Promosi Pepes Ikan Lingsar.



3. Penataan Infrastruktur Area Pepes Ikan Desa Lingsar

Salah satu bagian dari program kerja KKN Universitas Mataram adalah kegiatan Penataan Infrastruktur Area Pepes Ikan Desa Lingsar dengan tujuan mendukung pengembangan bisnis kuliner lokal. Plang area pepes ikan dibuat dan dipasang sebagai penanda lokasi dan media promosi visual untuk membuat bisnis lebih mudah dikenali oleh masyarakat dan pengunjung. Untuk menciptakan lingkungan yang bersih, sehat, dan nyaman, warga setempat berkolaborasi untuk membersihkan sungai di sekitar lokasi pepes ikan. Sebagai bagian dari kemajuan UMKM desa, penataan ini diharapkan dapat meningkatkan citra usaha pepes ikan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kebersihan lingkungan.

Gambar 3. Pelaksanaan Penataan Infrastruktur Area Pepes Ikan Desa Lingsar.



KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan tema "Peningkatan Ekonomi Kreatif Digital Marketing Melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pepes Ikan Desa Lingsar", program Kuliah kerja

nyata (KKN) Universitas Mataram di Desa Lingsar Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat telah dilaksanakan dengan baik. Berikut ini adalah hasil dari implementasi program ini:

1. Terselenggaranya program kerja Sosialisasi Pembuatan QRIS DANA untuk UMKM Pepes Ikan. Program ini dimulai dengan melakukan survei terhadap pelaku usaha menggunakan Google Form untuk mengetahui seberapa paham masyarakat tentang sistem pembayaran digital. Survei menunjukkan bahwa pelaku usaha masih sangat tidak tahu tentang transaksi non-tunai. Masyarakat mengetahui manfaat QRIS dan cara menggunakan DANA melalui sosialisasi ini. Dampak dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman dan kesiapan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan sistem pembayaran digital di era sekarang.
2. Terselenggaranya rencana kerja untuk menghasilkan video yang akan mempromosikan pepes ikan khas Desa Lingsar. Video yang menunjukkan proses pembuatan dan cita rasa pepes ikan unik diunggah ke akun Instagram UMKM Desa Lingsar sebagai bagian dari program yang bertujuan untuk memperkenalkan produk unggulan desa, pepes ikan. Salah satu efeknya adalah peningkatan visibilitas produk digital, yang dapat membantu pemasaran online dan memperluas pasar UMKM lokal.
3. Menyelenggarakan rencana kerja untuk menata infrastruktur area pepes ikan. Sebagai bagian dari program, plang penunjuk lokasi usaha pepes ikan akan dibuat dan dipasang sebagai alat promosi visual. Selain itu, masyarakat akan berkolaborasi untuk membersihkan sungai di sekitar lokasi usaha. Tujuan dari kegiatan ini adalah menciptakan lingkungan bisnis yang bersih, sehat, dan lebih menarik bagi pembeli atau pengunjung. Dengan demikian, area bisnis menjadi lebih terorganisir dan meningkatkan reputasi UMKM pepes ikan Desa Lingsar sebagai bisnis profesional.

Secara keseluruhan, kegiatan KKN ini telah meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, memperkuat strategi pemasaran digital, dan meningkatkan citra usaha dan lingkungan. Masyarakat setempat diharapkan dapat mengembangkan citra ini secara berkelanjutan dan terus menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- Edy Sumarno, W. S. M. H. W. M. R. A. P. P. A. M. Y. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Menuju UMKMKreatif di Desa Sumber Kerang Kecamatan GendingKKN Universitas Panca MargaProbolinggo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(1), 1–7.
- Hadinugroho, B., Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Gaum, M., Bambang Hadinugroho, K., & Raiszhul Firdaus, B. (2023). Pemberdayaan UMKM Digital Tingkat Desa : Pengabdian KKN. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 45–56. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i4.217>
- Huizen, L. M., Christioko, B. V., & Handayani, T. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Capcut Untuk Membuat Video Digital Marketing Sebagai Strategi Promosi Inovatif Produk Umkm. *Jurnal Pengabdian DIMASTIK*, 1(2), 133. <https://doi.org/10.26623/dimastik.v1i2.7277>
- Husni Fauzi, Yayan Hendayana, Nurul Rahmah, Berliana Febrianti, Adela Rizkha, Diana Noviyanti, Evi Permatasari, Arya Bayu Sayeti, Muhamad Ramdan, Maiyona Dannisyah, & Alfia Dwi Cahyani. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kuliah Kerja Nyata (Kkn) Di Desa Srimukti Kabupaten Bekasi. *SAFARI:Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3), 155–166. <https://doi.org/10.56910/safari.v3i3.722>
- Janizar, S., Dwi Maharani, A., Awalina, A., Fitria, A. N., Resa, F., & Fedyza, R. (2024).

- Toewijding: *Jurnal Pengabdian Masyarakat PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK LOKAL.*
<https://rjuwm.id/index.php/toewijding>
- Lisdahayati, L., Pome, G., Harsanto, D. E., & Saprianto, S. (2024). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat JURNAL DAMARWULAN Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 373–379. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/JPMD/article/view/485>
- Qurhtuby, M., Fahira, D. N., & Agustina, E. (2021). Digital Marketing Implementation: Implementasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tabusai*, 05(02), 063–068.
- Rinanto, Y., Abadi, K. R., Ramadhani, D., Ishlaha, R. S., Mafaiziddin, M. F., Siahaan, L. J., Widyaningrum, A., Tamma, G. N., Nur, K., Syaharani, A., Dewi Sabrina, A., & Syaharani, A. (2022). Peningkatan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan. *Proceeding Biology Education Conference*, 19, 145–148.
- Saputri, O. B. (2020). Consumer preference in using the Indonesian standard quick response code (qrис) as a digital payment instrument. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 237–247. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Sipahutar, A. I., Atika Wafa, & Asfriyati. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sepatu di Kawasan Kota Medan. *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 6(1), 27–39. <https://doi.org/10.37631/jri.v6i1.1304>
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155–159. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112