

## **Sosialisasi Digitalisasi Sebagai Pendorong Peningkatan Pelayanan Publik Dan Inovasi Bisnis UMKM Di Desa Dasan Tereng**

Baiq Ertin Helmida<sup>1</sup>, Baiq Kisnawati<sup>2</sup>, Lalu Mimbar<sup>3</sup>, Satriawan<sup>4</sup>,  
Faizatul Fajariah<sup>5</sup>, Rizaldi Gilang Ramadan<sup>6</sup>, Ahmad Hasbullah<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM

Email: [ertin0009@gmail.com](mailto:ertin0009@gmail.com)

### **Abstract**

*Community Service activities in the form of outreach are a strategic step to encourage the use of digitalization in public services and MSME innovation in Dasan Tereng Village. The objectives of this activity are as follows: 1) To increase the understanding of village officials in utilizing digital technology for public services and the optimal use of other social media; 2) To increase the understanding of MSMEs in utilizing digital technology for business activities and encourage MSME business innovation through online marketing; 3) To encourage collaboration between universities, village governments, and business actors in implementing digitalization programs at the local level. The method used was preparation, namely conducting surveys, identifying problems, implementing activities, and finally, evaluating them. The results of this activity were: 1) Increased understanding of village officials in utilizing digital technology for public services (e.g., online administration, village websites, and service applications) and the optimal use of other social media; 2) Increased understanding of MSMEs in utilizing digital technology for business activities (e-commerce and other business applications) and encouraged MSME business innovation through online marketing (internet and digital technology); 3) Establishing a sustainable partnership between STIE AMM, village government, and MSME actors in developing the digital economy.*

**Keywords:** Digitalization, Public Services, Business Innovation

### **Abstrak**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam bentuk sosialisasi, merupakan salah satu langkah strategis untuk mendorong peggunaan digitalisasi pada pelayanan publik dan Inovasi UMKM di Desa Dasan Tereng. Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut: 1) Meningkatkan pemahaman aparatur desa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pelayanan publik dan penggunaan media sosial lainnya secara optimal; 2) Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha dan mendorong inovasi bisnis UMKM melalui pemasaran online; 3) Mendorong kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan pelaku usaha dalam mengimplementasikan program digitalisasi di tingkat lokal. Metode yang digunakan melalui Persiapan yakni melakukan survei, identifikasi permasalahan kemudian pelaksanaan kegiatan dan terakhir dilakukan evaluasi. Hasil kegiatan terjadi 1)Peningkatan pemahaman aparatur desa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pelayanan publik (misalnya administrasi online, website desa, dan aplikasi pelayanan) dan penggunaan media sosial lainnya secara optimal; 2) Peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha (E-commerce dan aplikasi bisnis lainnya) dan terdorong melakukan inovasi bisnis UMKM melalui pemasaran online (internet dan teknologi digital); 3) Terjalannya kemitraan berkelanjutan antara STIE AMM, pemerintah desa, dan pelaku UMKM dalam pengembangan ekonomi digital.

**Kata kunci:** Digitalisasi, Pelayanan Publik, Inovasi Bisnis.

## A. PENDAHULUAN

Berbagai aspek kehidupan termasuk dalam tata kelola pelayanan publik dan dunia usaha, mengalami perubahan besar seiring terjadinya perkembangan teknologi digital. Kondisi ini menuntut setiap institusi, baik pemerintahan maupun sektor bisnis, untuk mampu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi sebagai sarana utama dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan daya saing. Menurut Kementerian Kominfo (2022), digitalisasi berperan penting dalam memperluas akses informasi dan mempercepat layanan publik berbasis teknologi. Transformasi digital telah menjadi pendorong utama dalam peningkatan efisiensi dan transparansi pelayanan publik. Pemerintah Indonesia berupaya menyediakan layanan yang lebih efisien, transparan, dan akuntabel kepada masyarakat diawali dengan mengeluarkan menyediakan layanan yang lebih efisien, transparan, dan akuntabel kepada masyarakat dengan mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE).

Di sisi lain, bagi sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), digitalisasi membuka peluang memperluas pasar, mengembangkan inovasi produk, dan mempercepat proses bisnis melalui pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial. Penelitian oleh Prasetyo & Sutopo (2023) menunjukkan bahwa penerapan platform digital pada UMKM dapat menaikkan omzet hingga 40%. Transformasi digital menjadi kunci bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Selama satu dekade terakhir, Kementerian Komunikasi dan Informatika mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan digitalisasi untuk meningkatkan kapasitas dan jangkauan distribusi. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan teknologi digital di Indonesia masih belum merata. Catatan INDEF pada awal tahun 2023 mengungkapkan tingkat literasi digital di Indonesia hanya sebesar 62%. Jumlah itu paling rendah jika dibandingkan negara ASEAN lainnya yang rata-rata mencapai 70% (Moerdijat, 2024). Menyikapi hambatan dan tantangan tersebut, diperlukan strategi dalam hal percepatan pemahaman digital bagi penyelenggara dan masyarakat. Salah satu langkah adalah pelatihan dan pengembangan keterampilan di bidang teknologi informasi untuk mendukung implementasi SPBE. Dari sisi pemerintah, para pelaksana pelayanan perlu dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk mengelola dan mengoperasikan sistem digital.

Dari sisi masyarakat, perlu semakin dibuka ruang dalam rangka sosialisasi dan edukasi digital. Upaya ini cukup strategis di tengah rendahnya tingkat literasi digital Indonesia apabila dibandingkan dengan negara-negara lain di ASEAN(4), yaitu dengan skor hanya 62 di bawah skor rata-rata yaitu 70. Tingkat literasi digital ini mencakup kemampuan dasar dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, serta pemahaman mengenai keamanan digital, etika digital, dan budaya digital. Rendahnya skor ini menunjukkan bahwa banyak masyarakat Indonesia masih kesulitan dalam mengadaptasi teknologi digital secara optimal (Ferdinand, 2024).

Desa Dasan Tereng di Kecamatan Narmada adalah tempat yang dipilih untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara dengan Kepala Desa Dasan Tereng, Pemerintah Desa Dasan Tereng sudah memiliki website yang masih tergabung dengan website resmi Pemerintah Kabupaten Lombok Barat (<https://lombokbaratkab.go.id/website/desa/>), dari hasil penelusuran website tersebut, Desa Dasan Tereng merupakan salah satu desa yang belum melakukan pembaharuan data/update data serta sebagian besar fiturnya belum lengkap isi atau informasinya bahkan banyak yang masih kosong, di samping itu juga Pemerintah Desa Dasan Tereng belum memanfaatkan secara optimal akun-akun media sosial lainnya. Informasi terkait potensi ekonomi desa dan pelaku usaha yang beralamatkan Desa Dasan Tereng juga sangat terbatas sehingga Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari STIE AMM menyepakati untuk melaksanakan Sosialisasi dengan judul: Digitalisasi sebagai Pendorong Peningkatan Pelayanan Publik dan Inovasi Bisnis UMKM di Desa Dasan Tereng. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung percepatan transformasi digital di masyarakat khususnya pada sektor pelayanan publik dan pengembangan UMKM. Kegiatan ini juga mendukung Visi dan Misi STIE AMM untuk berperan aktif dalam pembangunan ekonomi masyarakat berbasis inovasi dan teknologi, serta mendukung program pemerintah dalam mewujudkan “Indonesia Digital 2045.”



Gambar 1. Observasi Lapangan di Kantor Desa dan UMKM

## B. METODE

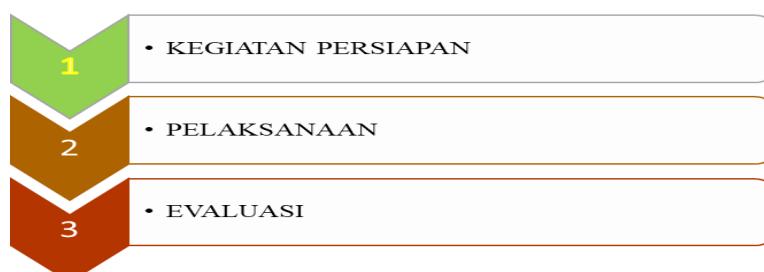
Metode yang digunakan dalam kegiatan PkM ini meliputi:

### 1. Metode Pengabdian

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa Dasan Tereng Kecamatan Narmada. Metode yang digunakan adalah secara partisipatif. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, Tim pengabdian ini melakukan kerjasama dengan Kepala Desa dan Staf Desa Dasan Tereng serta mahasiswa untuk koordinasi dan memperlancar pelaksanaan kegiatan.

### 2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi /tanya jawab tentang pelayanan publik digital yang merupakan solusi untuk mengubah sistem pelayanan publik konvensional yang terkenal lambat dan boros dan mendorong penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing bagi UMKM. Tahapan kegiatan pengabdian sebagai berikut:



#### 1) Kegiatan Persiapan

- Survei dan observasi tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian. Hasil dari survei ini menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan yang relevan dan sesuai

dengan kondisi nyata di lapangan.

- Tahap berikutnya identifikasi permasalahan kemudian menyusun perencanaan kegiatan dan persiapan materi.

2) Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan pada Hari Jumat, tanggal 19 September 2025, bertempat di Aula Kantor Desa Dasan Tereng dari pukul 09.00 wita sampai dengan 11.00 wita dengan judul Sosialisasi: “Digitalisasi sebagai Pendorong Peningkatan Pelayanan Publik dan Inovasi Bisnis UMKM di Desa Dasan Tereng”. Materi disampaikan Satriawan, SE.,MM dan Dra. Baiq Ertin Helmida, MP

3) Evaluasi

Elemen yang dievaluasi:

- a. Partisipasi peserta: tingkat kehadiran, keterlibatan dalam diskusi, dan kemampuan mengikuti praktik digitalisasi.
- b. Kecocokan materi dengan tingkat pemahaman peserta.
- c. Ketepatan waktu dan alur kegiatan sesuai jadwal.
- d. Respon peserta terhadap metode penyampaian materi

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Kegiatan

Hasil yang dicapai melalui kegiatan PkM ini dengan tahap pelaksanaan sebagai berikut:

1) Persiapan

Kegiatan ini dilakukan dari tanggal 10 September 2025 sampai dengan tanggal 30 September 2025. Tim pelaksana dan tempat kegiatan ditentukan oleh Lembaga Pengembangan, Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LP3M) kemudian Tim Pelaksana diberikan pembekalan mengenai maksud, tujuan, rancangan mekanisme program pengabdian kepada masyarakat dan beberapa hal teknis berkaitan dengan metode/teknik pelaksanaan.

a. Survei Lapangan

Peninjauan lokasi tempat pengabdian dilaksanakan dengan melakukan kunjungan ke Kantor Desa Dasan Tereng dan pengusaha UMKM di Dusun Lekong Dendek, Desa Dasan Tereng. Berdasarkan hasil wawancara dengan

Kepala Desa Dasan Tereng dan pengusaha serta penelusuran di dunia maya didapatkan informasi bahwa pelayanan publik masih konvensional belum menggunakan transformasi digital dengan optimal, website tidak aktif karena tidak ada operator, demikian pula halnya dengan UMKM di Dasan Tereng tidak banyak didapatkan di media sosial dan platform bisnis padahal dari hasil survei menunjukkan bahwa potensi ekonomi yang cukup besar dari Dasan Tereng adalah bisnis "kangkung" yang pasarnya di Pulau Lombok dan ada juga ke Provinsi Bali namun ada peluang untuk ditawarkan ke daerah lain.

b. Perencanaan

Pada tahap ini disusun rancangan kegiatan menyangkut tema, waktu, tempat maupun fasilitator/narasumber yang akan memberikan materi. Penetapan waktu dilakukan setelah terjadi kesepakatan antara para pihak yakni tim pelaksana, narasumber/fasilitator dan peserta yang akan diundang. Terkait penentuan waktu kegiatan sosialisasi, cukup untuk sulit karena bertepatan dengan padatnya kegiatan Pemerintah Desa Dasan Tereng dan Perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW yang berbeda-beda di setiap dusun.

2) Pelaksanaan Kegiatan

Sosialisasi dilakukan di Aula Kantor Desa Dasan Tereng pada hari Jumat tanggal 19 September 2025 dengan mengundang pihak yang berkepentingan dengan program yang akan dilaksanakan. Peserta yang hadir terdiri dari Kepala Desa dan Staf Dasan Tereng, Tim Pelaksana Pengabdian, Pengusaha UMKM, Pemuda Karang Taruna, mahasiswa. Materi yang terkait digitalisasi untuk pelayanan publik disampaikan oleh Dra Baiq Ertin Helmida, MP dan digitalisasi bisnis untuk meningkatkan daya saing disampaikan oleh Satriawan, SE., MM.

3) Evaluasi

Kegiatan pengabdian terlaksana dengan baik, dapat dilihat dari antusiasnya peserta dalam diskusi tanya jawab. Adapun kendala dalam kegiatan ini adalah waktu dan tempat, pelaksanaan di hari jumat pagi yang waktunya terbatas dan kebetulan hampir bersamaan dengan H-1 perayaan peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW, tempat kegiatan yakni di Aula Kantor Desa yang cukup luas yang dapat digunakan saat hari kerja sehingga kegiatan ini banyak dihadiri oleh Staf Desa sedangkan pelaku UMKM ada beberapa yang diundang tidak dapat

hadir karena masih sibuk produksi dan juga ada persiapan untuk perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW, selain itu juga hadir anggota karang taruna dan mahasiswa STIE AMM. Kendala lainnya yang dihadapi yakni kegiatan pendampingan untuk update dan isi data pada fitur kosong di *website* tidak dapat dilaksanakan karena tidak ada aparat desa yang mengingat dan mencatat *password website* tersebut. Walaupun ada kendala namun kegiatan sosialisasi dapat dilaksanakan sesuai jadwal tapi untuk pendampingan dapat dilakukan di kemudian hari. Rencana keberlanjutan program adalah dalam bentuk pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi digital, media sosial dan platform bisnis online bagi aparatur dan UMKM. Pihak Pemerintahan Desa Dasan Tereng mengharapkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari STIE AMM berkelanjutan yakni dilaksanakan secara rutin di masa yang akan datang di wilayahnya.

## 2. Pembahasan

Kegiatan pengabdian di Desa Dasan Tereng, Kecamatan Narmada dapat berjalan dengan baik dan lancar walaupun waktunya terbatas. Kegiatan dimulai dengan sambutan dari Kepala Desa dilanjutkan dengan sambutan dari perwakilan Tim Pelaksana Pengabdian dari STIE AMM. Sesi berikutnya penyampaian materi oleh narasumber yang berisikan transformasi digital pada semua lini pemerintahan termasuk pemerintahan desa. Pemerintah desa dituntut untuk melakukan digitalisasi agar dapat memberikan pelayanan publik yang lebih baik, cepat, dan responsif melalui penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Digitalisasi penting untuk meningkatkan efisiensi administrasi, transparansi tata kelola, serta mendukung pembangunan desa secara keseluruhan. Hal ini merupakan keharusan seiring perkembangan teknologi dan didukung oleh peraturan seperti Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, kemudian dilanjutkan dengan materi tentang pentingnya digitalisasi untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan UMKM dalam menghadapi era ekonomi modern. Digitalisasi mendorong UMKM untuk dengan memperluas jangkauan pasar melalui e-commerce dan media sosial, meningkatkan efisiensi operasional dengan otomatisasi, memudahkan transaksi via pembayaran digital, serta membantu analisis data untuk strategi pemasaran yang lebih baik.

Setelah penyampaian materi selesai selanjutnya diberikan ruang untuk diskusi/tanya jawab, terdapat pertanyaan antara lain tentang manfaat besar dari digitalisasi untuk

kegiatan bisnis dan kendala di lapangan serta dampak negatif jika menggunakan platform digital. Narasumber menjelaskan bahwa di era modern ini jika ingin bisnisnya berkembang tidak dapat mengandalkan bisnis yang dijalankan secara konvensional, harus mau mengikuti perkembangan jaman dengan memanfaatkan berbagai metode dan aplikasi digital. Adapun kendala yang dihadapi adalah infrastruktur (sinyal), persaingan, dll. Untuk pelayanan publik seperti diketahui bahwa pemerintahan Desa Dasan Tereng terkendala dengan Sumber Daya Manusia yang terbatas tidak memiliki operator yang khusus menangani bidang ini sehingga semua bentuk media pelayanan publik masih lebih mengandalkan konvensional/non digital. Narasumber menekankan agar Pemerintah Desa Dasan Tereng untuk segera berbenah dan mempersiapkan untuk bisa menyesuaikan dengan tuntutan dari kemajuan zaman, kebutuhan masyarakat akan layanan yang lebih cepat dan transparan, serta upaya pemerintah untuk meningkatkan efisiensi birokrasi dan tata kelola pemerintahan yang baik karena sangat disayangkan desa yang sudah terbentuk lama masih belum melakuan transformasi digital dalam pelayanan publik modern serta pemanfaatan media sosial untuk menampung aspirasi, komunikasi dengan warga desa, masyarakat umum juga sebagai ajang promosi termasuk potensi ekonomi dan wisata seperti potensi besar dari Desa Dasan Tereng seperti penghasil kangkung yang berkualitas, juga dikenal sejak dahulu sebagai wilayah yang memiliki kesenian “ Tari Gandrung Sasak ”.



Gambar 2. Sosialisasi di Aula Kantor Desa Dasan Tereng

#### D. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui Sosialisasi Digitalisasi sebagai Pendorong Peningkatan Pelayanan Publik dan Inovasi Bisnis UMKM dilaksanakan Di Desa Dasan Tereng, Kecamatan Narmada dengan sasaran Pemerintah Desa Dasan Tereng, Pelaku UMKM. Tim pelaksana Kegiatan PkM ini terdiri dari 5 orang dosen STIE AMM dan 2 orang Mahasiswa STIE AMM Kegiatan ini berhasil

mencapai tujuannya yakni terjadi peningkatan pemahaman aparatur desa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pelayanan publik (misalnya administrasi online, website desa, dan aplikasi pelayanan) dan penggunaan media sosial lainnya secara optimal, peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha (*E-commerce* dan aplikasi bisnis lainnya) dan terdorong melakukan inovasi bisnis UMKM melalui pemasaran online (internet dan teknologi digital), terjalinnya kemitraan berkelanjutan antara STIE AMM, pemerintah daerah, dan pelaku UMKM dalam pengembangan ekonomi digital.

Agar Pemerintah Desa dan Pelaku UMKM dapat mengadopsi digitalisasi secara optimal disarankan Pemerintah Desa Dasan Tereng hendaknya segera menentukan operator yang menangani bidang TIK dan melakukan koordinasi dengan operator website Pemerintah Kabupaten Lombok Barat agar dapat memasukkan data pada semua fitur yang kosong dan *update* data terbaru pada *website* Desa Dasan Tereng , serta aktif juga di media sosial lainnya seperti facebook dan Instagram. Pelaku UMKM diharapkan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional bisnisnya Ini mencakup pemanfaatan *platform online* seperti media sosial dan *marketplace*, penggunaan aplikasi keuangan dan manajemen digital, serta adopsi metode pembayaran digital dalam rangka ekspansi pasar, peningkatan efisiensi operasional, akses pembiayaan lebih mudah, dan analisis data pelanggan yang lebih baik. Kegiatan sosialisasi perlu dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan teknis yang spesifik baik untuk pelayanan publik (aparatur desa) maupun digitalisasi bisnis (UMKM).

#### **E. UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ketua STIE AMM, LP3M STIE AMM Mataram atas fasilitasi yang sangat membantu kelancaran program, kami juga haturkan terima kasih setinggi tingginya kepada Bapak Kepala Desa dan seluruh Staf pemerintahan desa serta mitra UMKM atas dukungan penuh dan kerja sama yang harmonis selama kegiatan pengabdian ini berlangsung. Tidak lupa saya menyampaikan penghargaan kepada Tim Pengabdian atas dedikasinya dan mahasiswa yang banyak membantu proses persiapan dan pelaksanaan sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan lancar

## DAFTAR PUSTAKA

- Arumugam, T., Sanjeev, M. A., Mathai, R. K., Prabhu, S. R. B., Balamourougane, R., & Jarin, T. (2024). An empirical verification of the proposed distributor marketing intelligence system model. *International Journal of Business Information Systems*, 45(4), 454–473. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2024.138654>.
- Asongko, A. I., Widjaja, G. C., Theodore, J., Afriliana, N., Matsuo, T., & Gaol, F. L. (2023). The effect of digital marketing on micro, small and medium enterprise in Indonesia. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 677 LNNS, 147–156. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-36115-9\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-031-36115-9_14).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Srivastava, P., Ramakanth, D., Akhila, K., & Gaikwad, K. K. (2022). Package design as a branding tool in the cosmetic industry: consumers' perception vs. reality. *SN Business and Economics*, 2(6), Article 58. <https://doi.org/10.1007/s43546-022-00246-8>.
- Timotius, E. (2023). The role of innovation in business strategy as a competitive advantage: Evidence from Indonesian MSMEs. *Problems and Perspectives in Management*, 21(1), 92–106. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(1\).2023.09](https://doi.org/10.21511/ppm.21(1).2023.09).
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Andi Offset.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2020). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (9th ed.). Pearson.