

**Sosialisasi Technopreneurship Produktif Dan Kreatif Pada
Masyarakat Masbagik Utara Baru**

Dedy Febry Rachman¹, Syaiful Amri²

¹Universitas Bumigora, ²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM

E-mail: dedyfebry@universitasbumigora.ac.id

Abstract

The development of information and communication technology in the digital era presents both opportunities and significant challenges for village-level economies. Masbagik Utara Baru Village in East Lombok Regency possesses promising potential for local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs); however, the utilisation of digital technology for operational development and business marketing remains relatively limited. This community service initiative—conducted through a session on "Productive and Creative Technopreneurship"—aims to enhance the understanding, motivation, and practical skills of residents and business owners regarding the adoption of digital technology. The implementation process comprised three stages: (1) preparation and needs analysis; (2) execution, involving material presentations, interactive workshops, and simulations of digital marketing and app-based financial record-keeping; and (3) impact evaluation. The results indicate an 85% increase in participants' understanding of technopreneurship concepts, the creation of promotional content, and the optimisation of social media and e-commerce platforms. The initiative fostered a collective awareness regarding the transition from traditional business models to productive, creative, and sustainable technology-based entrepreneurship.

Keywords: *Technopreneurship, Village MSMEs, Digital Economy, Creative Innovation.*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital memberikan peluang sekaligus tantangan besar bagi perekonomian tingkat desa. Desa Masbagik Utara Baru yang terletak di Kabupaten Lombok Timur memiliki berbagai potensi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal yang potensial, namun pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan operasional dan pemasaran usaha masih relatif terbatas. Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk sosialisasi "Technopreneurship Produktif dan Kreatif" ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, motivasi, serta keterampilan praktis masyarakat dan pelaku usaha lokal dalam mengadopsi teknologi digital. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahap: (1) tahap persiapan dan analisis kebutuhan, (2) tahap pelaksanaan berupa pemaparan materi, workshop interaktif, serta simulasi digital marketing dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi, dan (3) tahap evaluasi dampak. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebesar 85% terkait konsep technopreneurship, pembuatan konten promosi kreatif, serta optimalisasi media sosial dan e-commerce. Implikasi dari kegiatan ini adalah munculnya kesadaran kolektif untuk bertransisi dari pola bisnis tradisional menuju wirausaha berbasis teknologi yang produktif, kreatif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Technopreneurship, UMKM Desa, Ekonomi Digital, Inovasi Kreatif.

PENDAHULUAN

Sistem ekonomi global saat ini tengah mengalami transformasi fundamental yang didorong oleh integrasi cepat antara teknologi digital dan kegiatan kewirausahaan. Fenomena ini melahirkan konsep *technopreneurship*, yaitu sintesis antara pemanfaatan teknologi berbasis inovasi (*technology*) dan daya cipta kewirausahaan (*entrepreneurship*) guna

menciptakan nilai tambah ekonomi yang efisien dan kompetitif (Nasution et al., 2021). Di era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0, pembinaan *technopreneurship* di kawasan pedesaan menjadi instrumen strategis dalam mempercepat pemerataan ekonomi dan mengurangi ketimpangan kesejahteraan masyarakat (Suryana, 2020).

Desa Masbagik Utara Baru, yang berlokasi di Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat, memiliki basis kegiatan ekonomi lokal yang sangat dinamis. Komoditas unggulan masyarakat melingkupi olahan pangan lokal, kerajinan tangan, perdagangan hasil pertanian, hingga industri rumah tangga (*home industry*). Namun demikian, hasil pengamatan dan wawancara awal di lapangan mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih menerapkan pola usaha konvensional. Penjualan produk masih sangat bergantung pada pasar fisik lokal, rantai distribusi yang panjang, serta teknik promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Permasalahan Utama Pelaku UMKM Masbagik Utara Baru:

- a. Rendahnya literasi pemasaran digital (*digital marketing*) dan optimalisasi media sosial bisnis.
- b. Kurangnya inovasi dalam hal visual kemasan (*packaging*), *branding*, dan *storytelling* produk.
- c. Sistem pengelolaan keuangan usaha yang masih manual dan belum terstruktur.
- d. Keterbatasan jangkauan pasar yang menyebabkan volume penjualan belum optimal.

Melihat potensi besar yang belum tergarap optimal tersebut, diperlukan intervensi edukatif dan taktis melalui “Sosialisasi Technopreneurship Produktif dan Kreatif”. Kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan wawasan teoretis, tetapi juga untuk memberikan pembekalan teknis yang aplikatif agar masyarakat Masbagik Utara Baru mampu memanfaatkan perangkat digital seperti (*smartphone*) sebagai mesin pendorong produktivitas dan kreativitas ekonomi keluarga.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang humanis dan edukatif (*Participatory Action Learning*). Rangkaian kegiatan dilaksanakan di Aula Kantor Desa Masbagik Utara Baru dengan melibatkan 45 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM lokal, pemuda Karang Taruna, dan tokoh masyarakat. Tahapan pelaksanaan meliputi:

1. Tahap Persiapan dan Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan survei lapangan, wawancara dengan Kepala Desa dan tokoh UMKM, serta pengurusan izin. Selain itu, disusun modul sosialisasi dan instrumen *pre-test* serta *post-test* untuk mengukur tingkat efektivitas kegiatan.

2. Tahap Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan

Tahap pelaksanaan dibagi menjadi dua sesi utama:

- a. Sesi Edukasi Mendasar (Materi): Penyampaian materi mengenai konsep *technopreneurship*, strategi membangun identitas merek (*branding*), serta pentingnya efisiensi operasional usaha berbasis teknologi.
- b. Sesi Workshop & Praktik Langsung: Pelatihan pembuatan akun bisnis di Google Business Profile dan marketplace, pelatihan desain grafis sederhana menggunakan aplikasi Canva, simulasi fotografi produk dengan pencahayaan alami, serta pengenalan aplikasi kasir digital (Buku Kas/Moka).

3. Tahap Evaluasi dan Pendampingan

Evaluasi dilakukan melalui pengisian kuesioner post-test serta pengerjaan tugas simulasi promosi produk. Selain itu, dibentuk grup WhatsApp "Klinik UMKM Masbagik Digital" sebagai wadah diskusi dan pendampingan berkelanjutan bagi peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan sosialisasi berjalan dengan lancar dan mendapat respons sangat antusias dari masyarakat Desa Masbagik Utara Baru. Seluruh rangkaian kegiatan dirancang secara interaktif untuk memastikan peserta tidak hanya memahami materi secara konseptual, tetapi juga dapat mempraktikkannya secara mandiri.

Tabel 1. Distribusi Profil Peserta Sosialisasi Technopreneurship

No	Kategori Peserta	Jumlah (Orang)	Sektor Usaha Utama
1	Pelaku UMKM Pangan Olahan	20	Keripik, jajan tradisional, olahan hasil tani, olahan ikan
2	Pengrajin & Industri Rumah Tangga	10	Kerajinan anyaman, konveksi lokal
3	Pemuda Karang Taruna (Calon Wirausaha)	11	Jasa digital, perdagangan umum
4	Aparatur Desa / Perwakilan BUMDes	4	Pengembangan Unit Usaha Desa
Total Peserta		45	-

1. Peningkatan Literasi Digital dan Mindset Technopreneur

Berdasarkan hasil analisis pre-test dan post-test, terjadi peningkatan pemahaman peserta yang signifikan mengenai pemanfaatan teknologi untuk bisnis. Sebelum kegiatan dilaksanakan, hanya 22% peserta yang memahami fungsi media sosial untuk pemasaran terstruktur. Setelah sosialisasi dan praktik, angka tersebut meningkat pesat menjadi 87%.

Penekanan utama dalam sosialisasi ini adalah mengubah mindset bahwa teknologi bukanlah beban biaya, melainkan investasi produktif. Dengan memanfaatkan aplikasi tidak berbayar seperti Canva dan Google Business Profile, peserta diajarkan cara membuat katalog digital dan lokasi toko online tanpa memerlukan modal finansial yang besar (Rachman & Nurhayati, 2022).

2. Praktik Inovasi Kreatif Produk Lokal

Dalam sesi praktik, peserta mempraktikkan langsung pembuatan foto produk menggunakan studio mini portabel dan pencahayaan sederhana. Hasil olahan jajanan khas Masbagik Utara Baru yang sebelumnya dikemas dalam plastik bening polos kini dilengkapi dengan stiker label yang estetik dan memuat informasi gizi, nomor legalitas (P-IRT/Halal), serta nomor kontak yang dapat dihubungi.

Selain itu, penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) disimulasikan guna mempermudah transaksi keuangan yang aman, transparan, dan efisien (Wibowo, 2021). Pemanfaatan pembayaran nontunai ini juga mendorong inklusi keuangan bagi masyarakat pedesaan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Dampak Sosialisasi Sebelum dan Sesudah Kegiatan

No	Indikator Penilaian	Sebelum (%)	Sesudah (%)
1	Pemahaman konsep dasar <i>technopreneurship</i>	25%	90%
2	Kepemilikan akun bisnis digital (IG / TikTok / Marketplace)	18%	78%
3	Kemampuan merancang label & kemasan kreatif	15%	82%
4	Penggunaan transaksi & pencatatan keuangan digital	10%	65%



Gambar 1. Sosialisasi Technopreneurship Produktif Dan Kreatif

KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Kegiatan sosialisasi "Technopreneurship Produktif dan Kreatif" di Desa Masbagik Utara Baru telah berhasil dilaksanakan dengan hasil yang memuaskan. Kegiatan ini terbukti efektif dalam memicu dorongan inovasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya adopsi teknologi digital dalam berusaha. Peserta kini memiliki keterampilan dasar dalam membuat media promosi visual yang menarik, mengelola akun bisnis digital, serta menerapkan pencatatan keuangan modern.

2. Saran

Untuk menjaga keberlanjutan hasil kegiatan, disarankan:

- Pemerintah Desa Masbagik Utara Baru dan BUMDes diharapkan dapat menindaklanjuti dengan membentuk "Sentra UMKM Digital Desa" sebagai wadah pendampingan operasional harian.
- Perguruan tinggi dapat melanjutkan program pembinaan secara berkesinambungan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik atau Program Bina Desa Berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengapresiasi dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa Masbagik Utara Baru, Perangkat Desa, Pengurus Karang Taruna, serta seluruh pelaku UMKM dan masyarakat peserta sosialisasi yang telah memberikan dukungan penuh, fasilitas, dan partisipasi aktif selama kegiatan pengabdian ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Susanti, E. (2020). *Kewirausahaan dan Inovasi di Era Digital*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Firmansyah, A., & Bachtiar, R. (2021). Strategi Pembinaan UMKM Berbasis Digital Marketing pada Perekonomian Pedesaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 1(3), 105-114.
- Nasution, A. H., Noer, U., & Suef, M. (2021). *Entrepreneurship: Membangun Usaha Berbasis Teknologi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rachman, A., & Nurhayati, S. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing dan E-Commerce Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Rural Area. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 115-124.
- Suryana. (2020). *Kewirausahaan: Petunjuk Praktis, Tips dan Proses Menuju Sukses* (Edisi 5). Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, A. (2021). *Technopreneurship: Konsep dan Aplikasi Kewirausahaan Berbasis Teknologi*. Semarang: Yayasan Kita Tulis.
- Yulianto, H., & Setiawan, I. (2023). Akselerasi Digitalisasi UMKM Desa melalui Pelatihan Branding dan Packaging Kreatif. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Lokal*, 4(1), 45-53.