Jurnal Penelitian Nusantara
Volume 2 ; Nomor 11 ; November 2026 ; Page 123-129
Doi : https://doi.org/10.59435/menulis.v2i11.1610
Website : https://padangjurnal.com/index.php/menulis
E-ISSN : 3088-988X

Pendampingan Literasi Digital untuk Mendukung Promosi Usaha Mikro, Kecil, Menengah di Desa Jagran, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan

Muhammad Rafly Farezki Fadza[1], Nur Lailatul Hidayah[2], Aulia Wardhana[3], Siti Rumilah[4]

[1]Hubungan Internasional, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
[2]Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
[3]Matematika, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
[4]Sastra Indonesia, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
[1]farezkifadza74@gmail.com, [2]nurlailatulhidayah733@gmail.com, [3]auliawardhana05@gmail.com, [4]rumilah@uinsa.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi di Desa Jagran, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan. Permasalahan utama yang dihadapi adalah masih rendahnya pemanfaatan media digital, sehingga sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan penjualan secara langsung. Metode yang digunakan adalah pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) melalui tahapan Discovery, Dream, Design, Define, dan Destiny, yang diwujudkan dalam kegiatan observasi, sosialisasi, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Sebanyak 67 UMKM berhasil dipetakan berdasarkan sektor usahanya, 32 lokasi usaha didaftarkan pada Google Maps, serta dilakukan pendampingan pembuatan akun digital, konten promosi, dan optimalisasi platform pemasaran seperti Shopee Partner, Shopee Seller, dan WhatsApp Business. Selain itu, dibentuk juga akun Instagram UMKM Jagran yang selanjutnya dikelola oleh Karang Taruna Desa Jagran sebagai media promosi berkelanjutan. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital, perluasan jangkauan pemasaran, serta penguatan daya saing UMKM di Desa Jagran di masa mendatang.

Kata Kunci: Transformasi digital, UMKM, Asset Based Community Development (ABCD), pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penggerak perekonomian masyarakat, terutama di tingkat desa. Selain mampu membuka lapangan pekerjaan, keberadaan UMKM juga berperan dalam mengembangkan potensi lokal yang dimiliki masyarakat. Seiring berkembangnya teknologi digital, pelaku UMKM tidak hanya dituntut mampu menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga perlu menyesuaikan cara memasarkan produknya. Saat ini masyarakat lebih banyak mencari informasi produk melalui media digital sehingga pemanfaatan platform digital menjadi salah satu peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran (Sahri & Tawakkal, 2025).

Desa Jagran, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan merupakan salah satu desa yang memiliki potensi UMKM yang cukup beragam. Berdasarkan data yang diperoleh dari Pemerintah Desa Jagran, terdapat 67 pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha, mulai dari makanan dan minuman, perdagangan, jasa, mebel, bengkel, konveksi, pengrajin songkok, hingga usaha rumah tangga. Keberagaman tersebut menjadi potensi yang dapat terus dikembangkan untuk mendukung perekonomian masyarakat desa. Dalam pendekatan Asset Based Community Development (ABCD), potensi yang dimiliki masyarakat dipandang sebagai aset utama yang dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam proses pemberdayaan (Fajar, 2024).

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut maupun penjualan secara langsung. Sebagian pelaku UMKM memang sudah menggunakan media digital, tetapi pemanfaatannya masih terbatas dan belum dimaksimalkan sebagai media promosi. Selain itu, masih banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan lokasi usahanya maupun menjangkau konsumen yang lebih luas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital di kalangan UMKM Desa Jagran masih perlu ditingkatkan.

Pemanfaatan media digital sebenarnya dapat membantu pelaku UMKM memperkenalkan usaha kepada lebih banyak calon konsumen. Tidak hanya melalui media sosial, berbagai platform seperti marketplace maupun layanan peta digital juga dapat dimanfaatkan untuk memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha dan memperoleh informasi mengenai produk yang

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

ditawarkan. Namun, agar pemanfaatannya lebih optimal, pelaku UMKM memerlukan pendampingan sehingga tidak hanya memahami manfaat media digital, tetapi juga mampu menerapkannya sesuai dengan kebutuhan usahanya (Husain et al., 2023).

Beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan secara langsung dapat membantu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi. Pendampingan seperti ini dinilai lebih efektif karena pelaku usaha tidak hanya memperoleh materi, tetapi juga dapat langsung mempraktikkan penggunaannya sesuai dengan kondisi usaha masing-masing (Riyanto et al., 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Jagran dengan menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Pendekatan ini dipilih karena berfokus pada pengembangan aset yang telah dimiliki masyarakat, dalam hal ini potensi UMKM di Desa Jagran. Melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan, pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi sehingga dapat mendukung pengembangan usaha dan memperluas jangkauan pemasaran (Abas et al., 2024).

METODE

Kegiatan penelitian berbasis pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Jagran, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini merupakan bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Asset Based Community Driven (Development) atau yang lebih dikenal dengan istilah ABCD adalah sebuah tools atau pendekatan. Sebagai alat ABCD dipergunakan oleh fasilitator kepada masyarakat untuk mengidentifikasi aset yang dimiliki masyarakat dalam sebuah wilayah. Sebagai sebuah pendekatan, ABCD dilakukan bersama masyarakat atau kelompok untuk membangun kehidupan yang lebih baik dengan menggerakan semua potensi aset yang ada dalam wilayah tersebut (Dewi et al., 2020). Pendekatan ini berfokus pada pengembangan aset dan potensi yang telah dimiliki masyarakat sebagai dasar dalam penyusunan program pemberdayaan. Dalam kegiatan ini, aset yang dikembangkan adalah potensi UMKM Desa Jagran melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi usaha.

Pelaksanaan kegiatan mengacu pada lima tahapan dalam pendekatan ABCD, yaitu Discovery, Dream, Design, Define, dan Destiny. Kelima tahapan tersebut saling berkaitan sehingga setiap kegiatan yang dilaksanakan disusun berdasarkan potensi serta kebutuhan yang ditemukan di lapangan.

Tahap Discovery (menemukan) dilakukan melalui dengan pengumpulan data UMKM dari Pemerintah Desa Jagran. Berdasarkan data tersebut, mahasiswa KKN melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa pelaku UMKM untuk mengetahui potensi usaha, bentuk promosi yang telah dilakukan, serta kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan media digital.

Selanjutnya, pada tahap Dream (impian) dilakukan diskusi bersama pelaku UMKM untuk menggali harapan dan kebutuhan dalam pengembangan usaha. Hasil diskusi tersebut kemudian menjadi dasar dalam menyusun program kerja yang dilaksanakan pada tahap Design (merancang), yaitu merancang kegiatan sosialisasi dan pendampingan yang disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan pelaku UMKM di Desa Jagran.

Program yang telah dirancang kemudian dipersiapkan melalui tahap Define (menentukan). Pada tahap ini dilakukan penetapan jadwal kegiatan, pembagian tugas mahasiswa KKN, penyusunan materi sosialisasi, serta koordinasi dengan Pemerintah Desa Jagran agar seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan dengan baik.

Tahap Destiny (pelaksanaan) merupakan implementasi dari program yang telah disusun. Kegiatan diawali dengan sosialisasi bertema "Cerdas Berbisnis di Era Digital: Pendampingan Pelaku UMKM Desa Jagran" yang dilanjutkan dengan pendampingan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi usaha. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan, dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui pemahaman pelaku UMKM terhadap materi yang telah diberikan sekaligus melihat keberlangsungan program yang telah dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui program kerja Seminar “Cerdas Berbisnis di Era Digital” difokuskan pada promosi UMKM masyarakat Desa Jagran terkait pemanfaatan teknologi digital melalui media sosial. Program ini dirancang sebagai upaya untuk memajukan UMKM lokal terkait dengan pemanfataan media sosial guna untuk mempromosikan UMKM di Desa Jagran. Rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan berlangsung secara bertahap mulai dari survey ke setiap UMKM di Desa Jagran dari mulai tanggal 22 Juni sampai sosialisasi pada 28 Juni 2026. Terdata sebanyak 67 total UMKM yang ada di wilayah Desa Jagran, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan.

Berdasarkan hasil survei komprehensif terhadap 67 pelaku usaha di Desa Jagran, teridentifikasi keanekaragaman sektor usaha yang sangat potensial untuk dikembangkan melalui sentuhan digitalisasi. Mayoritas dari usaha mikro kecil atau UMKM merupakan industri berskala mikro yang dikelola secara mandiri oleh keluarga secara turun temurun. Tabel berikut akan menjelaskan struktur sektoral UMKM di Desa Jagran yang menjadi objek untuk program pendampingan.

No.	Klasifikasi UMKM	Jumlah Unit Usaha	Persentase Jumlah UMKM	Prioritas Solusi Transformasi Digital

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

1.	Kuliner (Makanan & Minuman)	30	44,78 %	Membuatkan ShopeePartner (ShopeeFood), foto dan video estetika produk dan koordinasi dengan kurir digital.
2.	Perdagangan Umum (Toko Kelontong)	16	23,88%	Pendaftaran penandaan lokasi di Google Maps dan membuatkan kontak Whatsapp Business guna memudahkan pemesanan barang.
3.	Penyedia Jasa (Bengkel otomotif, jasa jahit baju dst.)	10	14,93%	Membuatkan Google Maps Bisnis untuk mengoptimalkan pencarian lokal.
4.	Produksi dan Kerajinan (Pengrajin genteng tanah liat dan batu bata.)	8	11,94%	Pembuatan akun Shopee Seller, redesain logo usaha dan membuat brosur digital.
5.	Usaha Lainnya (Bahan Material bangunan, Penyedia pupuk organik dst.)	3	4,48%	Pembuatan penandaan Google Maps dan review bintang 5 terhadap lokasi tersebut.

Berdasarkan tabel tersebut, usaha kuliner merupakan usaha yang memiliki persentase terbesar yaitu sekitar 44,78%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha makanan dan minuman merupakan usaha yang memiliki akses dan potensi yang paling mudah dijangkau bagi Desa Jagran. Sebaliknya, meskipun sektor produksi dan kerajinan yang hanya berkisar pada 11,94%, namun industri genteng tanah liat di Desa Jagran memilii ciri khas budaya yang bernilai tinggi di desa, namun terhambat pada keterbatasan jangkauan promosi. Oleh karena itu, pembagian strategi pemasaran merupakan hal yang penting untuk menyesuaikan karakteristik produk masing-masing usaha yang ada di desa.



Gambar 1: Survey UMKM Desa Jagran

Kegiatan dimulai dengan mensurvey dan mengundang 67 UMKM yang tersebar di Desa Jagran. Survey dilakukan untuk memetakan sejumlah UMKM yang dapat mengikuti sosialisasi mengenai promosi pendampingan UMKM melalui media digital. Kegiatan dilakukan dengan mendatangi rumah pemilik UMKM dan tempat usaha untuk menanyakan hal seputar UMKM. Kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi dengan mengadakan seminar "Cerdas Berbisnis di Era Digital", dimana program transformasi digital diawali dengan penyamaan persepsi dan edukasi melalui seminar interaktif yang diadakan di balai desa. Seminar ini dihadiri oleh perangkat Desa Jagran, para pemilik usaha di Dusun Legoh dan Dusun Jagran, serta pengurus Karang Taruna setempat. Dalam pemaparan seminar berfokus pada pengenalan platform niaga elektronik seperti penggunaan Shopee Partner untuk usaha kuliner agar dapat menerima pesanan pesan-antar dari konsumen di luar Desa Jagran dan mempermudah akses jual-beli antardesa. Pendekatan ini digunakan untuk mengurangi ketergantungan warung makan desa terhadap pembeli yang harus datang langsung. Kemudian dilanjut, dengan Shopee Seller yang digunakan untuk usaha nonkuliner seperti para pengrajin. Para pengrajin diarahkan untuk menggungah produk mereka serta menyusun deskripsi mengenai produk yang dijual di dalam *platform* Shopee.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.



Gambar 2: Sosialisasi Seminar "Cerdas Berbisnis di Era Digital"

Setelah dilaksanakannya kegitan Seminar "Cerdas Berbisnis di Era Digital", Pendampingan dimulai dengan menggunakan metode *door to door* sebagai cara untuk memaksimalkan kegiatan pendampingan UMKM. Hal tersebut bertujuan membantu para pelaku UMKM mempromosikan produk dalam media sosial secara privat, yaitu dengan melalui pendampingan dari rumah atau tempat usaha mereka. Beberapa tahapan pendampingan kepada para pelaku UMKM, antara lain; pertama, mendaftarkan koordinat fisik 32 tempat usaha di Desa Jagran yang sebelumnya belum terdeteksi dalam peta digital. Langkah ini dilakukan dengan pengisian nama bisnis, penentuan kategori usaha, penggungahan dokumentasi visual tampak depan toko, serta nomor Whatsapp bagi pelaku UMKM agar memudahkan pelacakan lokasi usaha dan memudahkan konsumen luar untuk berkunjung. Kedua, melakukan proses pengambilan video profil produk secara kolaboratif dengan pemilik usaha. Video pendek yang berdurasi 60 detik untuk mempromosikan produk unggulan dari usaha yang dilakukan pelaku UMKM dengan konten menarik. Ketiga, mengunggah video hasil dampingan pada akun instagram umkm.jagran.



Gambar 3: Door to Door Pembuatan Pendataan UMKM

Kelima, pembuatan akun Instagram kepada mitra dampingan, yang diberi nama "UMKM Jagran". Akun tersebut difungsikan sebagai *platfrom* digital yang terpadu dengan menampilkan video promosi konten UMKM, visual produk, dan nomor telepon yang dapat dihubungi untuk pemesanan produk dari UMKM Desa Jagran. Untuk pengelolaan akun promosi ini diserahkan kepada Karang Taruna Wira Karya Desa Jagran agar program ini dapat dilanjutkan di masa depan.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.



Gambar 4 : Kegiatan Penyerahan Akun ke Karang Taruna Wira Karya

Pendampingan tentang manajemen media sosial, pendaftaran akun toko online, serta pengemasan produk, dan kurir ekspedisi lokal juga diberikan kepada para pemuda desa yang tergabung dalam Karang Taruna. Sinergitas dilakukan agar pendampingan yang dilaksanakan dapat dilanjutkan secara berkelanjutan kepada UMKM di Desa Jagran dengan harapan mitra dampingan dapat berkembang dengan memanfaatkan media digital. Selain pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan, kegiatan pengabdian ini juga disertai dengan monitoring untuk melihat perkembangan serta keberlangsungan program yang telah dilaksanakan. Monitoring dilakukan melalui kunjungan Ibu Siti Rumilah selaku dosen pembimbing lapangan bersama mahasiswa KKN di Desa Jagran. Kegiatan ini menjadi bagian dari proses pemantauan terhadap pelaksanaan program sekaligus memberikan kesempatan untuk melakukan evaluasi dan memperoleh arahan terkait keberlanjutan pendampingan UMKM.



Gambar 5 : Kunjungan dan Monitoring Dosen Pembimbing Lapangan terhadap Pelaksanaan Program KKN di Desa Jagran

B. Pembahasan

Kegiatan pendampingan literasi digital yang dilakukan di Desa Jagran adalah usaha untuk memberdayakan masyarakat dengan meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memanfaatkan media digital sebagai alat promosi. Pada tahap observasi awal sebelum kegiatan, ditemukan bahwa banyak pelaku UMKM masih bergantung pada cara pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Hanya beberapa pelaku usaha yang sudah menggunakan media sosial. Namun, penggunaannya belum maksimal dan tidak cukup untuk meningkatkan kehadiran usaha mereka secara luas. Sehingga berdampak adanya kesenjangan antara kemajuan teknologi digital dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital (Gustalika et al., 2024).

Sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan membawa perubahan dalam pemahaman pelaku UMKM terhadap literasi digital untuk pengembangan usaha yang dilakukan. Selain itu, materi tentang pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan media sosial, Google Maps, serta berbagai platform digital melalui pelatihan e-commerce terbukti mampu

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kemandirian ekonomi pelaku usaha (Lutfianisa et al., 2026). Selain sebagai alat komunikasi, juga dapat difungsikan sebagai media promosi yang dapat memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal tersebut terlihat dari semangat peserta dalam berpartisipasi dalam sesi diskusi dan praktik selama kegiatan berlangsung (Suryawan et al., 2025).

Pendampingan yang dilakukan secara langsung memberikan kesempatan kepada peserta untuk mencoba menggunakan media digital sesuai dengan kondisi usaha masing-masing. Metode ini dianggap lebih efektif dibandingkan dengan metode pengajaran secara teori, karena peserta mendapatkan panduan praktis selama penerapan. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Riyanto et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pendampingan dalam digital marketing dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi sebagai alat promosi dan juga memperkuat daya saing usaha. Selain itu, penelitian oleh Husain, Robbo, dan Amri (2023) mengungkapkan bahwa memanfaatkan Google Business Profile dapat meningkatkan visibilitas UMKM, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen melalui pencarian digital.

Pendampingan dilakukan dengan menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Pendekatan ABCD mengedepankan masyarakat sebagai subjek utama dalam pembangunan dengan memanfaatkan aset yang sudah ada, bukan hanya menyoroti kekurangan semata. Dalam konteks ini, Desa Jagran memiliki 67 pelaku UMKM dari berbagai sektor. Ini merupakan aset ekonomi yang berpotensi besar untuk dikembangkan melalui teknologi digital. Oleh karena itu, program pendampingan tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga memaksimalkan potensi lokal yang sudah dimiliki masyarakat sebagai modal untuk meningkatkan daya saing usaha. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Fajar (2024) yang menyebutkan bahwa pendekatan ABCD dapat mendorong masyarakat untuk lebih mandiri melalui pengembangan aset lokal secara berkelanjutan (Rahmawati et al., 2024).

Selain meningkatkan wawasan, kegiatan pendampingan juga mulai mendorong perubahan perilaku pelaku UMKM dalam memahami pentingnya pemasaran digital. Sebelum kegiatan berlangsung, banyak peserta beranggapan bahwa promosi melalui media digital hanya perlu dilakukan oleh usaha besar. Namun, setelah mengikuti sosialisasi dan pendampingan, peserta menyadari bahwa penggunaan platform digital juga dapat diterapkan oleh semua pelaku usaha tanpa memandang ukuran bisnis. Perubahan pola pikir ini merupakan tanda awal terjadinya transformasi sosial, yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha mereka.

Meskipun demikian, implementasi program ini masih mengalami sejumlah tantangan. Variasi tingkat literasi digital di antara peserta menyebabkan proses pendampingan memerlukan waktu yang berbeda-beda untuk setiap pelaku UMKM. Selain itu, masih ada peserta yang belum familiar dengan penggunaan aplikasi digital, sehingga memerlukan bimbingan tambahan agar mereka dapat menerapkan teknologi secara mandiri dan berkelanjutan. Untuk itu, kerjasama antara pemerintah desa, universitas, dan masyarakat perlu terus dijalin agar proses digitalisasi UMKM dapat berkembang dengan optimal (Mukhsinuddin & Efendi, 2025).

Secara keseluruhan, program pengabdian ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan literasi digital memberikan efek positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai alat promosi bisnis. Dengan adanya peningkatan kapasitas tersebut, diharapkan pelaku UMKM di Desa Jagran dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, serta mendorong kemajuan ekonomi desa secara berkelanjutan (Bimantara et al., 2026).

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan Pendampingan Literasi Digital untuk Mendukung Promosi UMKM di Desa Jagran, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan wawasan serta pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi. Penerapan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) mampu mengoptimalkan potensi lokal yang dimiliki masyarakat, khususnya keberadaan berbagai UMKM, sebagai aset utama dalam mendukung pemberdayaan ekonomi. Pendekatan ini menegaskan bahwa proses pengembangan masyarakat akan lebih efektif apabila bertumpu pada potensi, kekuatan, dan sumber daya yang telah tersedia di lingkungan setempat.

Kegiatan sosialisasi yang disertai pendampingan juga berhasil meningkatkan kemampuan literasi digital pelaku UMKM sekaligus membentuk pola pikir yang lebih terbuka terhadap pentingnya transformasi digital dalam menghadapi dinamika persaingan usaha.

Penggunaan media sosial, Google Maps, serta berbagai platform digital lainnya menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan eksposur usaha, dan memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan. Meskipun demikian, implementasi transformasi digital tidak dapat berhenti pada satu kegiatan pendampingan saja, melainkan memerlukan proses pembinaan yang berkelanjutan. Oleh sebab itu, diperlukan kolaborasi yang erat antara pemerintah desa, perguruan tinggi, dan berbagai pemangku kepentingan dalam menyediakan pendampingan lanjutan, terutama terkait peningkatan literasi digital serta pemanfaatan platform digital secara optimal. Melalui sinergi tersebut, diharapkan pelaku UMKM di Desa Jagran mampu mengembangkan usahanya secara lebih mandiri, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi sehingga dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi desa yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Pendampingan Literasi Digital dalam Mendukung Promosi UMKM

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

di Desa Jagran, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan. Apresiasi dan penghargaan disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang telah memberikan dukungan, arahan, serta kesempatan kepada penulis sekaligus sebagai pendamping dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Jagran beserta perangkat desa yang telah memberikan ruang, dukungan, dan kerja sama selama proses pelaksanaan program. Penulis turut menyampaikan apresiasi kepada para pelaku UMKM Desa Jagran yang telah berpartisipasi aktif, memberikan informasi, serta terbuka dalam mengikuti proses pendampingan dalam pemanfaatan media digital sebagai upaya meningkatkan jangkauan promosi dan pengembangan usaha.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota pendamping dan masyarakat mitra dampingan di Desa Jagran yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kerja sama selama kegiatan berlangsung. Kontribusi berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, menjadi bagian penting dalam keberhasilan pelaksanaan program pengabdian ini. Penulis berharap kegiatan yang telah dilaksanakan dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital secara mandiri sebagai media pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Abas, Saehu, Casda Waluya, Apip Abdul Latif, et al. Penguatan Potensi Lokal Untuk Pengembangan Umkm Kerupuk Pareredan Melalui Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development) Di Desa Silebu Kuningan Jawa Barat. n.d.

Bimantara, Gesa, Hanin Alya' Labibah, and Neli Agus Tina. PERAN SOSIALISASI DIGITALISASI DALAM MENDORONG ADAPTASI UMKM TERHADAP PERUBAHAN EKONOMI DI DESA PRANGI, KECAMATAN PADANGAN, KABUPATEN BOJONEGORO. 6, no. 1 (2026).

Dewi, K., Sucihati, S., Rosmalinda., & Baghdad, M. (2020). Modul pelatihan asset based community driven (ABCD). Pusat Kajian dan Perlindungan Anak (PKPA). https://pkpaindonesia.org/wp-content/uploads/2021/04/modul-abcd.pdf

Fajar, Hafidz Al. Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS SUMBER DAYA LOKAL MELALUI PENDEKATAN ABCD UNTUK MENCAPAI SDG 1 : TANPA KEMISKINAN Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial. 7, no. 2 (2024): 142–58. https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936.

Gustalika, Muhamad Azrino, Riri Irma Suryani, and Novian Adi Prasetyo. "Penerapan teknologi tepat guna dan digital marketing pada UMKM." Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS) 8, no. 1 (2024): 97–109. https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i1.22542.

Husain, Tsalis Kurniawan, Anwar Robbo, and Andi Azrarul Amri. Penerapan Profil Bisnis Google Untuk Meningkatkan Visibilitas Online UMKM Kerang Celebes. 1, no. 3 (2023): 303–10.

Lutfianisa, S., Noktaviani, N., & S, A. D. (2026). Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Tegal. Journal of Exploratory Dynamic Problems, 3(4), 2319–2328. https://doi.org/10.31004/edp.v3i4.560

M Alit Suryawan, Faiz Muqorrir Kaaffah, Bambang, Syahril, and Ardi Hidayat. "Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital dan Pemasaran Berbasis Media Sosial: Pengabdian." Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan 4, no. 1 (2025): 6895–904. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2884.

Mukhsinuddin, Mukhsinuddin, and Sumardi Efendi. "Membangun Keterampilan SDM melalui Program Pengabdian untuk Menghadapi Era Digital di UMKM Kecamatan Meureubo Aceh Barat." Ibrah: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat 4, no. 1 (2025): 13–24. https://doi.org/10.47766/ibrah.v4i1.5959.

Rahmawati, Aulia, Ifally Pramesia Putri Peachilia, Diva Salma Hanifah, and Sahadi Humaedi. Potensi Implementasi Pendekatan Asset Based Community Development (Abcd) Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Wisata Cigadung. 2024.

Riyanto, Slamet, Muh Nur, Luthfi Azis, and Andi Rahman Putera. Pendampingan UMKM Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Komunitas UMKM Di Kabupaten Madiun. 5, no. 1 (2022): 137–42.

Sahri, and M. Iqbal Tawakkal. I-Com : Indonesian Community Journal Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing. 5, no. 2 (2025): 1028–38.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.