JUKESHUM
Jurnal Pengabdian Masyarakat
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jukeshum/index

E-ISSN : 2774-4698
Vol. 5 No. 2, Juli 2025
Hal. 256-266

EMPOWERING COASTAL WOMEN ENTREPRENEURSHIP GROUPS IN AN EFFORT TO IMPROVE PROKELOK (LOCAL WISDOM PRODUCTIVITY) BASED ON DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IN LABUHAN HAJI BEACH, EAST LOMBOK REGENCY

PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA WIRAUSAHA PESISIR DALAM UPAYA MENINGKATKAN PROKELOK (PRODUKTIVITAS KEARIFAN LOKAL) BERBASIS DIGITAL ENTREPRENEURSHIP DI PANTAI LABUHAN HAJI KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Salmi Yuniar Bahri[1], Abdul Chalel Rahman[2], Hartiani[3], Sultanil Jamil[4], Sri Apriani Damayanti[5]

[1,2,3,4,5] Institut Teknologi Sosial dan Kesehatan (ITSKes) Muhammadiyah Selong
E-mail Author: Salmiyuniarbahri.edu@gmail.com

Submitted: 13/12/2024	**Reviewed:** 09/07/2025	**Accepted:** 29/07/2025

ABSTRACT

This Community Service (PKM) activity was conducted with the Coastal Women Entrepreneurs Joint Business Group (Kube) located on the coast of Labuhan Haji, East Lombok Regency, West Nusa Tenggara (NTB). Over the past two years, the partners' businesses have not shown significant growth due to limited knowledge and skills. This situation is evident in the partners' inability to create innovative products. The products sold by the partners are processed foods with short shelf life, resulting in low sales value. Furthermore, the partners faced challenges in product marketing, which was limited to their business premises, with a limited target audience of visitors/tourists. To address this issue, the Community Service (PKM) Team of the Muhammadiyah Selong Institute of Social and Health Technology (ITSKes) provided solutions in the form of workshops and mentoring on entrepreneurship, digital marketing using websites and social media (Facebook, Instagram, TikTok), and label design using the Canva app. In addition to the workshops, practical work on making fish floss and fish crackers was also conducted. The goal of these solutions was to create product diversity and expand product marketing. The impact of implementing technology and innovation for partners can transform conventional business activities into digital entrepreneurship, the process of managing a business using digital technology

Keywords: *Productivity, Local Wisdom, Digital Entrepreneurship*

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan kepada Kelompok Usaha Bersama (Kube) Wanita Wirausaha Pesisir yang berada pada pesisir pantai Labuhan Haji Kabupaten Lombok Timur-NTB. Sejak 2 tahun terakhir, usaha mitra belum menunjukkan peningkatan yang signifikan, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Keadaan tersebut terlihat, mitra belum mampu menciptakan produk yang berinovasi, produk yang dijual mitra berupa olahan makanan yang tidak tahan lama, sehingga produk yang dihasilkan tidak mempunyai nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu permasalahan yang dihadapi oleh mitra juga terletak pada pemasaran produk, pemasaran

produk hanya dilakukan ditempat usaha dengan target konsumen sebatas pengunjung/wisatawan. Atas permasalahan tersebut Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Institut Teknologi Sosial dan Kesehatan (ITSKes) Muhammadiyah Selong memberikan solusi berupa Workshop dan pendampingan Kewirausahaan, Digital Marketing dengan menggunakan website dan media sosial (Facebook, Instagram, Tiktok), Desain Label menggunakan aplikasi canva. Selain Workshop juga dilakukan praktek berupa pembuatan Abon Ikan dan Kerupuk Ikan. Tujuan dari adanya solusi tersebut dapat terciptanya diversitas produk dan pemasaran produk yang lebih luas. Dampak adanya penerapan teknologi dan inovasi yang dilakukan kepada mitra dapat mentransformasikan kegiatan usaha yang dilakukan mitra secara konvensional menjadi Digital Entrepreneuship/Kewirausahaan digital yaitu proses mengelola usaha dengan memanfaatkan teknologi digital.

Kata Kunci: Produktivitas Kearifan Lokal, Digital Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai salah satu negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki potensi laut yang sangat besar. Negara Indonesia terdiri dari 5 pulau utama, 30 kepulauan kecil, berjumlah 18.110 pulau dan paling kecil sekitar 6000 pulaunya berpenghuni. Banyaknya pulau yang membentuk wilayah Indonesia inilah yang menyebabkan nya disebut sebagai negara kepulauan (BPS,2024). Di sepanjang garis pantai ini terdapat wilayah pesisir yang memiliki potensi sumberdaya alam hayati dan non hayati, sumber daya buatan, serta jasa lingkungan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat (Sekretariat Cabinet Republik Indonesia,2024). Setiap daerah khususnya wilayah pantai memiliki potensi kearifan lokal masing-masing. Potensi-potensi kearifan lokal tersebut perlu dikelola secara terpadu agar dapat dimanfaatkan dengan maksimal dalam meningkatkan kesejahteraan bangsa pada umumnya dan masyarakat pesisir secara khususnya (Haryono,2022). Masyarakat yang bermukim di kawasan pesisir dengan sumber kehidupan perekonomiannya tergantung pada pemanfaatan sumber daya laut yang biasa disebut sebagai masyarakat pesisir pantai. Profesi masyarakat pesisir pantai yaitu mayoritas berprofesi sebagai nelayan dan pedagang dengan memanfaatkan hasil laut untuk kelangsungan hidupnya (Bahri & Widya,2023).

Pantai Labuhan Haji merupakan salah satu pantai yang bejejer di garis pantai ujung Timur pulau Lombok, Pantai ini disebut Labuhan Haji karena merupakan titik awal ziarah Makkah di masa kolonial Belanda dan Jepang kala itu. Namun kini Pantai Labuhan Haji sudah tidak lagi dijadikan pelabuhan kapal laut dan pemberangkatan haji. Kini pantai ini hanya dijadikan sebagai tempat berwisata yang memiliki daya tarik keindahan cahaya matahari terbit dengan pantai yang sejuk dan adem serta memiliki keragaman sumber daya alam berupa hasil laut. Kawasan ini terletak di wilayah yang dihajatkan oleh pemerintah Lombok Timur yang sedang menjalankan proses pengembangan destinasi pariwisata menurut Bahri et al. (2022).

Sepanjang pesisir pantai Labuhan Haji banyak terdapat pelaku UKM yang dinominasi oleh kaum wanita yang membuka usaha kuliner, kegiatan UKM yang ada didaerah pesisir pantai memiliki peran yang penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat pesisir serta menompang perekonomian di desa Labuhan Haji. Namun yang menjadi permasalahannya adalah masih banyak pelaku UKM pesisir pantai yang menjalankankan usahanya secara konvensional dan belum beralih ke arah digitalisasi.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Usaha Bersama (Kube) wanita wirausaha pesisir yang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara dan lima anggota dengan jumlah keseluruhan kelompok yaitu delapan orang. Mitra telah menjalani usaha bersama selama dua tahun terakhir, produk yang dihasilkan merupakan olahan dari hasil laut. Terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (Kube) wanita wirausaha pesisir diawali dengan keadaan ekonomi para anggota yang dirasakan tidak mampu mencukupi kebutuhan rumah

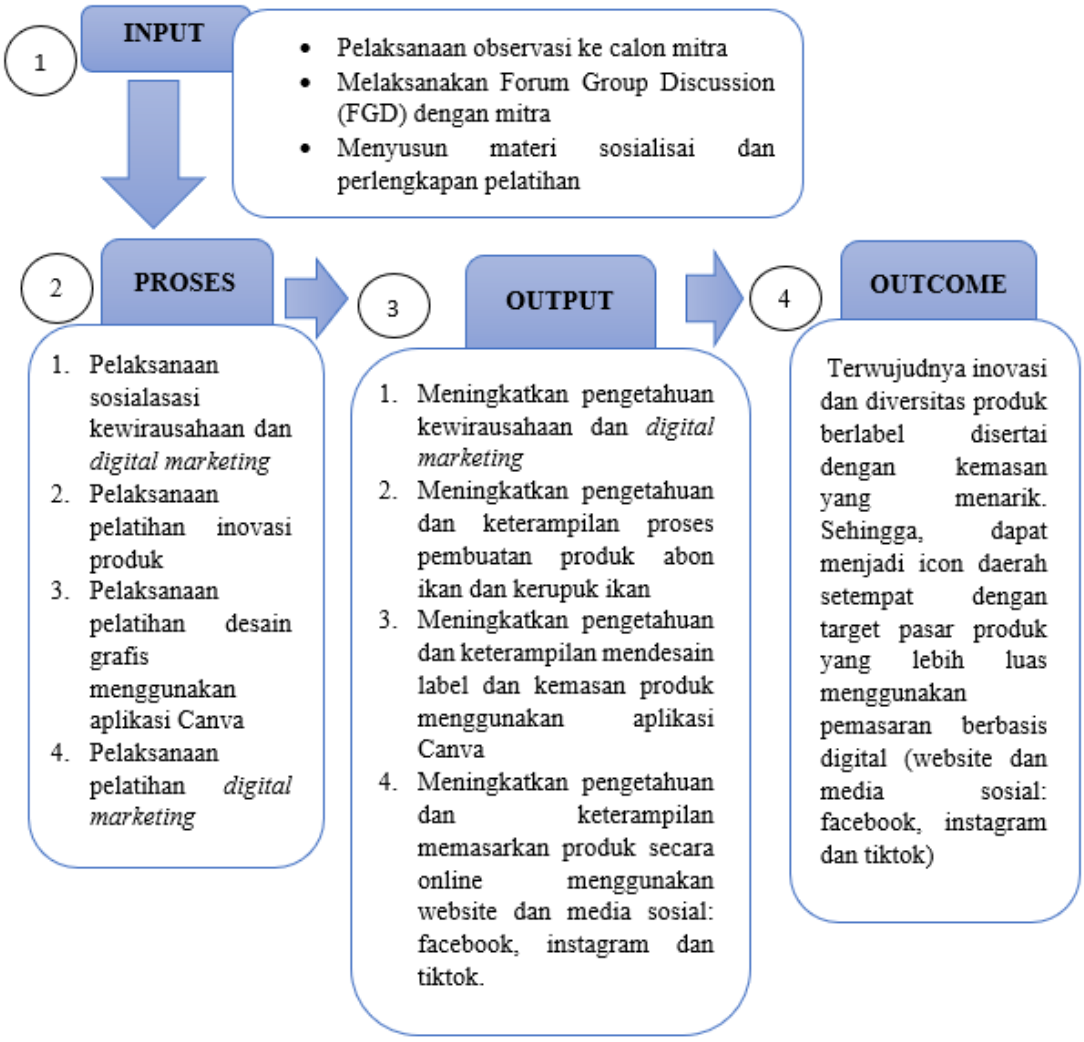
tangga, ditengah arus persaingan lapangan pekerjaan yang semakin ketat, kebersamaan dan saling dukung dalam mengembangkan usaha bersama dirasakan oleh mitra menjadi kunci sukses dalam mengatasi keadaan perekonomian tersebut (Bahri et al, 2022)

Selama berdiri, usaha mitra belum menunjukkan peningkatan yang signifikan yang dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Keadaan tersebut terlihat dari mitra belum mampu menciptakan inovasi baru dalam produk yang dijual, berupa olahan makanan yang tidak tahan lama, sehingga produk yang dihasilkan tidak mempunyai nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu permasalahan yang dihadapi oleh mitra juga terletak pada pemasaran produk, pemasaran produk hanya dilakukan ditempat usaha dengan target konsumen sebatas pengunjung/wisatawan. Sedangkan infrastruktur jaringan internet di desa Labuhan Haji sudah cukup baik sehingga masyarakat yang berada didaerah pesisir pantai dapat mengakses internet dengan cepat tanpa terkendala jaringan. Sayangnya kondisi ini belum dimanfaatkan oleh para pelaku UKM untuk bertransformasi ke arah digitalisasi. Keterbatasan dalam menggunakan teknologi dan kurangnya edukasi pemahaman inovasi produk menjadi hambatan dalam pengembangan Digital Entrepreneurship bagi wanita wirausaha di pesisir pantai Labuhan Haji.

Kesimpulan dari permasalah tersebut adalah tidak adanya inovasi produk dan diferensiasi produk yang dihasilkan oleh mitra. Dengan demikian, tim akan melakukan pemberdayaan dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas kearifan lokal yang dimiliki mitra sehingga dapat menghasilkan bermacam jenis produk yang dapat dipasarkan kepada konsumen dengan target pasar yang lebih luas. Untuk tujuan tersebut Tim pengabdian akan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam inovasi produk mulai dari proses produksi (Abon Ikan dan Kerupuk Ikan), desain label dan kemasan yang menarik serta pelatihan pemasaran berbasis digital. Adapun pelaksanaan program dalam pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan teori dan praktek. Pendekatan teori mitra akan diberikan sosialisasi menggunakan metode ceramah tentang kewirausahaan dan digital marketing. Selanjutnya akan diberikan pelatihan inovasi produk, pelatihan desain grafis pembuatan label dan kemasan produk menggunakan aplikasi Canva serta teknis memasarkan produk berbasis digital seperti website dan media sosial (Facebook, Instagram, Tiktok).

METODE

Berdasarkan permasalahan yang didapat dari observasi awal, maka sesuai dengan bidang keilmuan yang dimiliki oleh tim pelaksana kegiatan serta kesepatan dengan mitra maka diadakan waorkshop dan praktek di Desa Labuhan Haji Kecamatan Labuhan Haji Kabupaten Lombok Timur-NTB pada tanggal 19-20 September 2024. Adapun proses kerja dalam mendukung pemecahan permasalahan mitra adalah pada kegiatan ini yaitu dengan melaksanakan workshop dan praktek sesuai dengan ringkasan metode dibawah ini (Sugiono,2020).



Gambar 1. Ringkasan Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilaksanakan pada Kelompok Usaha Bersama (Kube) Wanita Wirausaha Pesisir Pantai Labuhan Haji, Desa Labuhan Haji Kabupaten Lombok Timur-NTB. Mitra yang hadir sebanyak 8 orang selain mitra juga yang hadir para UKM pesisir pantai lainnya sebanyak 13 orang. Tim Pengabdian melakukan obeservasi terlebih dahulu dengan berdiskusi dengan mitra terkait permasalahan yang dihadapi.

Tim Pengabdian dibagi menjadi dua yaitu workshop dan praktek, kegiatan workshop dimulai dengan tim menyebarkan kouesioner berupa pretest dilakjutkan dengan sesi pertama penyampaian materi dengan judul "**Kiprah Wanita dalam Berwirausaha**" disampaikan oleh Salmi Yuniar Bahri, M.E. Wanita haruslah bisa melakukan pergerakan berwirausaha di era serba digital dalam mewujudkan kemandirian ekonomi diri pribadi, keluarga serta dapat memberikan kontribusi bagi lingkungan sekitar (Salmi & Widya, 2023). Pada sesi ini pemateri

banyak menyampaikan materi bagimana wanita mampu dengan mudah berkiprah dalam dunia usaha dengan adanya pengetahuan, keterampilan dan motivasi agar terciptanya pergerakan dalam berwirausaha dengan selalu berinovasi dengan memanfaatkan teknologi. Pemateri menggunakan metode ceramah dan tanya jawab.



Gambar 2. Kegiatan Workshop Sesi 1

Kemudian dilanjutkan dengan sesi ke 2 oleh Hartiani, MM mengenai "Digital Marketing". Pada sesi ini pemateri banyak menyampaikan keuntungan memasarkan produk usaha berbasis digital, macam-macam digital marketing, strategi digital marketing dan cara memasarkan produk menggunakan website dan media sosial seperti Facebook, Instagram dan Tiktok.



Gambar 3. Kegiatan Workshop Sesi 2

Sesi ke tiga tentang "**Desain Label dan Packaging menggunakan aplikasi Canva"** yang disampaikan oleh Abdul Chalel Rahman, M.Cs. Pada sesi ini, pemateri menjelaskan manfaat dari label dan packanging produk yang menarik, tatacara membuat label yang mudah dan

simpel tanpa memerlukan pengalaman desai grafis dengan menggunakan aplikasi canva, sambil memaparkan pemateri juga mendampingi peserta mendesain label produk.



Gambar 4. Kegiatan Workshop sesi 3

Setelah ke tiga pemateri meyampaikan terlihat peserta sangat antusias memberikan pertanyaan, hal tersebut menunjukkan adanya respon positif dari peserta, selain adanya pertanyaan peserta juga mengungkapkan rasa syukur yang sangat mendalam dengan diberikannya ilmu dan pengetahuan dalam berwirausaha yang akan dijadikannya bekal untuk lebih baik lagi didalam menjalankan kelompok usaha bersama (kube) wanita wirausaha pesisir pantai labuhan haji.



Gambar 5. Kegiatan Workshop sesi tanya-jawab

Pada hari kedua tim melakukan pendampingan praktek dengan dua sesi sesi pertama yaitu pengolahan abon ikan dan sesi kedua pengolahan kerupuk ikan. Pada praktik pengolahan abon ikan dan kerupuk ikan, diawali dengan tim menjelaskan resep dengan memaparkan satu persatu bahan-bahan yang dibutuhkan dan dilanjutkan dengan pengolahan sambil menjelaskan cara proses pembuatan dari awal hingg akhir.

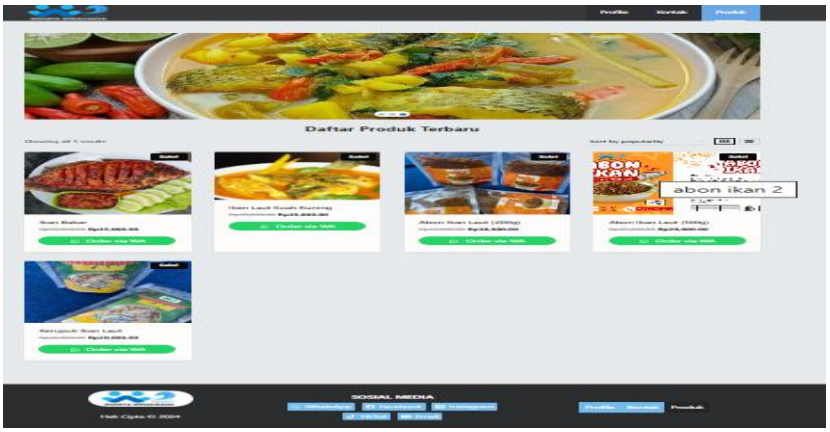


Gambar 6. Praktek Pembuatan Abon Ikan dan Kerupuk Ikan

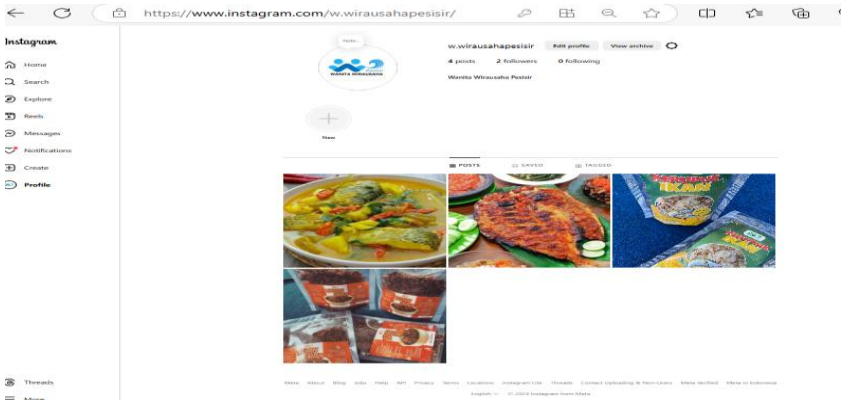


Gambar 7. Inovasi Produk Mitra Abon Ikan dan Kerupuk Ikan

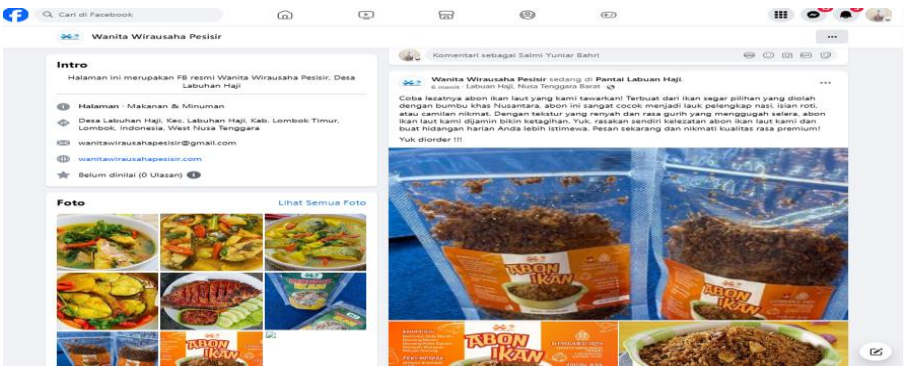
Pemasaran Produk menggunakan web yang dirancang oleh penyedia jasa pembuatan web sesuai dengan kebutuhan mitra dalam memasarkan produk. Web ini dirancang dengan sederhana agar mudah diakses dan dikelola oleh mitra. Selain website Tim juga membuat media sosial marketing seperti Facebook, Instagram dan Tiktok sebagai pemasaran produk mitra.



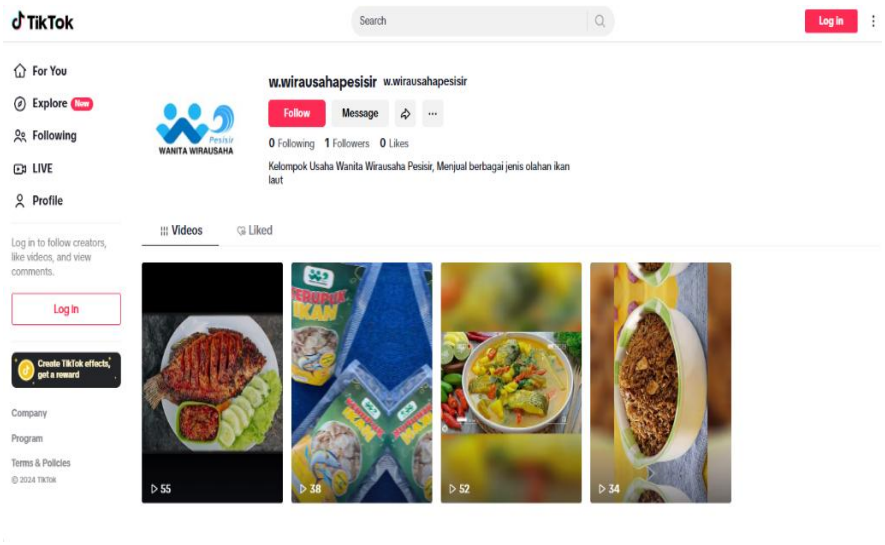
Gambar 8. Website Pemasaran Produk Wanita Wirausaha Pesisir



Gambar 9. Media Sosial Marketing (Instagam Wanita Wirausaha Pesisir)



Gambar 10.Media Sosial Marketing (Facebook Wanita Wirausaha Pesisir)



Gambar 11.Media Sosial Marketing (Tiktok Wanita Wirausaha Pesisir)

Evaluasi dilakukan pada kegiatan ini dengan menganalisis hasil pretes dan postes yang telah dikerjakan.

Deskriptif Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Range	Maximun	Minimum	Variance
Sebelum	30	45.0000	9.64901	35.00	60.00	25.00	93.103
Sesudah	30	84.5000	5.30939	20.00	100.00	80.00	28.190

Hasil olah data pretes dan postes

Sumber:Data Primer diolah

Dari hasil output di atas diperoleh bahwa skor tertinggi peretes tentang inovasi produk dan digital marketing adalah 60 dan skor terendah 25 dengan rata-rata skor 45 dan standar deviasi 13,715. Sedangkan untuk postes skor tertinggi adalah 100 dan skor terendah adalah 80 dengan rata-rata skor 84,5 dan standar deviasi 5,30. Kesalahan yang paling banyak ditemukan baik pada pretes maupun postes adalah pada soal no 3 dan 4 yaitu Pemahaman mitra tentang pentingnya inovasi produk dalam usaha dan pemasaran berbasis digital. Adanya peningkatan rata-rata skor peserta setelah mengikuti workshop. Artinya bahwa kegiatan ini cukup optimal untuk menigkatkan pemahaman dan keterampilan peserta.

Dari skor ini peserta dikelompokkan menjadi 3 kategori berdasarkan klasisfikasi N-gain yaitu Tinggi, sedang, dan rendah. Maka diperoleh data 2 orang peserta kategori kemampuan rendah, 18 peserta kategori kemampuan sedang, dan 10 orang peseta kategori kemampuan tinggi. Kegiatan yang berlangsung selama dua hari belum optimal untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan inovasi produk dan digital marketing peserta. Dari tabel dibawah ini didapatkan bahwa pemahaman dan keterampilan peserta 60% kategori sedang.

Kemampuan Inovasi dan Pemasaran Produk Peserta	Jumlah Peserta
Tinggi	7%
Sedang	60%
Rendah	33%

Persentase kemampuan inovasi dan pemasaran produk peserta
Sumber : data diolah

Monitoring dilakukan oleh TIM PKM dosen kepada mitra dengan melakukan observasi setelah dilaksanakan workshop. Hal ini bertujuan untuk mengetahui perubahan dan perkembangan dari sebelum dan sesudah adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa workshop dan praktek. Dari hasil monitoring mitra telah menjalan usahanya dengan adanya diversitas produk berupa abon ikan dan kerupuk ikan dengan label dan kemanasan yang menarik serta memasarkannna melalui website dan media sosial terlihat dari pemesanan konsumen dari berbagai daerah.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa

1. Dengan adanya Workshop dapat meningkatkan pemahaman mitra terkait kewirausahaan, digital marketing, desain label dan kemasan dengan menggunakan aplikasi canva.
2. Dengan adanya Praktek inovasi produk dapat menciptakan diversitas produk mitra.
3. Pemasaran produk berbasis digital dengan menggunakan website dan media sosial dapat memperluas target pasar mitra
4. Website sebagai media promosi untuk memperluas jangkauan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Kemdikbud-Dikti yang telah membiayai kegiatan pengadian masyarakat dengan nomor kontrak 2928/LL8/AL.04/2024 dan terimakasih juga kepada mitra dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

BPS. (2024. Oktober 10). Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/id

Bahri, S.Y,. & Widya, H. (2023). Membangun Kiprah Wanita Wirausaha dalam Mewujudkan Ekonomi Mandiri Era Digital Di kabupaten Lombok Timur." Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat 3.1: 44-51.

Bahri, S.Y,. Masbullah & Yuniarti, R,. (2022). Peningkatan Edukasi Kewirausahaan Bagi Pelaku UKM di Desa Rarang Kecamatan Terara Kabupaten Lombok Timur." JUKESHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat 2.1: 113-118.

Bahri, S.Y,. & Khalik, A,. Romiza,M. (2022). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUM-Des) dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Desa Gerung Permai, Kecamatan Suralaga, Kabupaten Lombok Timur." JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan) 6.1.

Haryono, D. (2022). Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Masyarakat Pesisir Berbasis Platform Digital

SCRI (2024. Oktober 12). Sekretariat cabinet republic Indonesia. https://setkab.go.id/pemerintah-terbitkan perpres-pengembangan-kewirausahaan-nasional/

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta Bandung.