

**EDUKASI KEUANGAN DAN DIGITAL MARKETING PADA DESA JEMBATAN
KEMBAR TIMUR, LOMBOK BARAT**Sari Kartika Ningrum¹, Hendriadi², Maruf Alqifari³,^{1,2,3}Universitas Pendidikan Mandalika, (Mataram), (Indonesia)*Corresponding author email : sarikartikaningrum@undikma.ac.id**History Article****Article history:**Received Oktober
02, 2025Approved Desember
30, 2025**Keywords:*****keuangan, digital
marketing, desa
jembatan kembar*****ABSTRACT**

The Community Service Program (KKN) titled “*Financial Education and Digital Marketing in Jembatan Kembar Timur Village, West Lombok*” was carried out to improve the community’s financial literacy and marketing capabilities. The work programs included financial management education for housewives and farmers, education on physical and digital gold investment through Pegadaian, education on safe and fast access to capital, digital marketing outreach for brick-making businesses, and initiatives to build saving habits among children. The activities were conducted using a door-to-door method, allowing the information to be delivered directly and tailored to the specific needs of each resident. The results showed increased community understanding of financial management, safe investment options, the use of Pegadaian services, and basic digital marketing skills. In addition, the saving program for children positively influenced their early financial behavior.

ABSTRAK

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan judul “*Edukasi Keuangan dan Digital Marketing pada Desa Jembatan Kembar Timur, Lombok Barat*” dilaksanakan untuk meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pemasaran

masyarakat. Program kerja meliputi edukasi pengelolaan keuangan bagi ibu rumah tangga dan petani, edukasi investasi emas fisik dan digital Pegadaian, edukasi akses modal cepat dan aman, sosialisasi pemasaran digital usaha batu bata, serta pembiasaan menabung bagi anak-anak. Kegiatan dilakukan dengan metode door to door, sehingga edukasi dapat disampaikan secara langsung dan sesuai kebutuhan masing-masing warga. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan keuangan, investasi yang aman, penggunaan layanan Pegadaian, serta dasar-dasar pemasaran digital. Selain itu, kegiatan menabung pada anak-anak memberikan dampak positif terhadap perilaku keuangan sejak dini

© 2025 Jurnal NGABDI Lichen Institute

*Corresponding author email: author@mail.com

INTRODUCTION

Desa Jembatan Kembar Timur, yang berlokasi strategis di Kecamatan Lembar, Kabupaten Lombok Barat, memiliki lanskap ekonomi yang unik. Ketergantungan masyarakat pada sektor pertanian sebagai mata pencarian utama mencerminkan kekayaan sumber daya alam yang di miliki. Hasil jagung, padi bukan hanya menjadi komoditas andalan, tetapi juga identitas ekonomi desa Keberadaan UMKM yang beragam, mulai dari penjual batu bata, serta pedagang mikro dan kecil menunjukkan geliat kewirausahaan dan potensi ekonomi ekonomi yang dinamis. Berbagai macam potensi di desa Jembatan Kembar Timur ini menjadi peluang emas untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Namun, Potensi ekonomi desa Jembatan Kembar Timur terhambat oleh tantangan mendasar, yaitu tingkat literasi keuangan yang masih rendah di kalangan masyarakat. Kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang cerdas, investasi yang aman, dan akses terhadap lembaga keuangan formal, menyebabkan pengelolaan keuangan keluarga dan usaha menjadi kurang efektif. Akibatnya potensi pertumbuhan ekonomi terhambat, dan masyarakat rentan terhadap praktek keuangan yang merugikan. Selain itu, Digititalisasi UMKM berjalan lambat, dengan sebagian pelaku usaha masih menngandalkan metode tradisional yang kurang efisien. Padahal, adopsi teknologi digital

dapat membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan pembangunan daya saing yang berkelanjutan.

Dengan demikian, Desa Jembatan Kembar Timur memiliki tantangan yang kompleks yang membutuhkan solusi komprehensif. Peningkatan literasi keuangan, digitalisasi UMKM, perbaikan akses modal menjadi prioritas utama untuk mewujudkan ekonomi masyarakat yang kuat dan berkelanjutan. Tanpa intervensi yang tepat, potensi ekonomi desa akan terus terpendam, dan masyarakat akan kesulitan keluar dari kemiskinan dan keterbelakangan. Oleh karena itu diperlukan upaya kolaboratif dari berbagai pihak termasuk pemerintah desa, lembaga keuangan, akademisi dan lain sebagainya.

METHODOLOGY

Kegiatan pelaksanaan pengabdian ini, dilaksanakan secara bertahap. Adapun mekanisme pelaksanaannya

Adalah sebagai berikut:

1. Edukasi Pengelolaan Keuangan Ibu Rumah tangga dan Petani

Dilaksanakan dengan metode **door to door** ke tiap rumah warga, penyampaian materi langsung, dan diskusi singkat. Bagi Ibu rumah tangga dan petani sejumlah 9 Kepala Keluarga

2. Edukasi Investasi Emas Fisik dan Digital Pegadaian

Kunjungan **door to door** untuk memberikan penjelasan tentang manfaat investasi emas, cara membuka tabungan emas digital, serta simulasi sederhana bagi Warga Desa Jembatan Kembar Timur, Dusun Broro, berjumlah 11 Kepala Keluarga

3. Edukasi Akses Modal Cepat dan Aman Pegadaian

Edukasi dilakukan melalui pendekatan **door to door**, menjelaskan jenis pembiayaan Pegadaian, prosedur, keamanan, serta syarat pengajuan, kegiatan ini diikuti sangat antusias oleh 11 Kepala Keluarga yang ada

4. Sosialisasi Pemasaran Digital Usaha Batu Bata

Dilaksanakan melalui kunjungan ke lokasi usaha batu bata untuk memberikan edukasi pemasaran digital. Sasaran dari kegiatan ini adalah para pengusaha batu bata yang ada di seputaran desa. Jumlah peserta ada 8 pengrajin batu bata yang berwirausaha di desa ini.

5. Membangun Kebiasaan Menabung Pada Anak-Anak

Kegiatan ini dilaksanakan di tempat mengaji dengan metode permainan edukatif, cerita

interaktif, serta praktik menabung menggunakan celengan sederhana, diikuti oleh 13 peserta yang ada di TPQ tersebut

RESULTS AND DISCUSSION

1. Result

1) Edukasi Pengelolaan Keuangan Ibu Rumah Tangga dan Petani

Program edukasi pengelolaan keuangan rumah tangga dan petani memberikan dampak yang cukup besar bagi 9 Kepala Keluarga (KK) yang menjadi sasaran kegiatan. Melalui penyampaian materi dan diskusi langsung, warga mulai memahami konsep dasar literasi keuangan, seperti pentingnya memprioritaskan kebutuhan, membuat perencanaan anggaran bulanan, serta mencatat arus keluar dan masuknya uang. Hasil yang dicapai dari program ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat dalam menentukan skala prioritas belanja serta kesadaran akan pentingnya menyiapkan dana darurat untuk keperluan mendesak. Beberapa orang bahkan sudah mulai membuat catatan keuangan sederhana pada buku tulis atau ponsel mereka. Berikut diskusi serta edukasi mengenai pengelolaan keuangan ibu rumah tangga dan petani:



Gambar 1. Edukasi Keuangan Petani
Rumah Tangga



Gambar 2. Edukasi keuangan

2) Edukasi Investasi Emas Fisik dan Digital Pegadaian

Kegiatan edukasi investasi emas fisik dan digital yang menyasar 10 KK mendapatkan antusiasme yang tinggi dari warga. Setelah diberikan penjelasan,

simulasi perhitungan keuntungan jangka panjang, serta cara membuka akun tabungan emas, masyarakat mulai tertarik untuk menjadikan emas sebagai instrumen investasi jangka panjang. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian warga telah memahami perbedaan antara emas fisik dan digital, termasuk perbedaan biaya penyimpanan, keamanan data, serta fleksibilitas transaksi secara online. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya investasi untuk masa depan semakin meningkat. Berikut prosesi edukasi ivestasi emas fisik dan digital pegadaian:



Gambar 3. Edukasi Digital Pegadaian



Gambar 4. Edukasi Investasi

Emas

3) Edukasi Akses Modal Cepat dan Aman Pegadaian

Sebanyak 8 KK menerima edukasi mengenai akses pembiayaan cepat dan aman melalui Pegadaian. Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman yang benar mengenai prosedur pengajuan pembiayaan, jenis produk kredit yang tersedia, serta keunggulan layanan resmi dibandingkan pinjaman informal. Banyak warga yang sebelumnya mengandalkan pinjaman tidak resmi dengan bunga tinggi merasa terbantu melalui penjelasan ini.

Hasil edukasi memperlihatkan bahwa warga mulai memahami risiko berhutang di sumber tidak resmi dan pentingnya memilih lembaga keuangan yang legal serta diawasi oleh negara. Beberapa pelaku UMKM kecil juga mendapatkan informasi baru mengenai fasilitas pembiayaan yang dapat menunjang permodalan usaha

mereka. Dengan adanya kegiatan ini, masyarakat memiliki alternatif pembiayaan yang lebih aman, terjangkau, dan tidak memberatkan dalam jangka panjang.

4) Membangun Kebiasaan Menabung Pada Anak-Anak

Kegiatan membangun kebiasaan menabung yang dilaksanakan di tempat mengaji dan diikuti oleh 13 anak memberikan hasil yang sangat positif. Anak-anak menunjukkan antusiasme tinggi ketika dikenalkan pada konsep menabung melalui metode belajar sambil bermain. Dengan menggunakan media celengan dan cerita pendek tentang pentingnya menabung, anak-anak lebih mudah memahami manfaat menabung untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang. Hasil yang dicapai terlihat dari perubahan sikap anak yang mulai mencoba menyisihkan uang jajan untuk ditabung. Beberapa anak bahkan menunjukkan celengan mereka kepada fasilitator sebagai bukti komitmen. Program ini diharapkan dapat membentuk kebiasaan positif sejak dini, yang akan berdampak pada perilaku keuangan mereka di masa depan.

5) Sosialisasi Pemasaran Digital untuk Usaha Batu Bata

Program sosialisasi pemasaran digital yang menasar 7 KK pemilik usaha batu bata memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan wawasan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas pemasaran. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pengusaha batu bata masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan platform digital. Setelah diberikan penjelasan mengenai penggunaan WhatsApp Business, teknik mengunggah foto produk yang baik, pembuatan katalog digital, serta cara merespon pelanggan secara profesional, para pelaku usaha mulai melihat peluang baru untuk menjangkau pembeli dari luar desa. Beberapa pengusaha menunjukkan ketertarikan untuk menerapkan teknik yang diajarkan, terutama dalam membuat daftar harga digital yang lebih rapi dan mudah diakses.

2. Discussion

1) Edukasi Pengelolaan Keuangan bagi Ibu Rumah Tangga dan Petani

Program ini dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai cara mengatur pendapatan, membuat anggaran, dan mencatat pengeluaran rumah

tangga maupun hasil panen. Edukasi diberikan secara door to door, sehingga materi dapat disesuaikan dengan kondisi ekonomi setiap keluarga.

Selama pelaksanaan, peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terutama pada topik pengelompokan kebutuhan (prioritas vs keinginan) serta teknik menyisihkan pendapatan secara rutin. Petani mendapatkan pemahaman baru mengenai pentingnya menyimpan sebagian dari hasil penjualan panen sebagai dana cadangan. Program ini memberikan dampak positif berupa meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pencatatan keuangan sederhana dalam kehidupan sehari-hari.

2) Edukasi Investasi Emas Fisik dan Digital Pegadaian

Edukasi investasi emas diberikan untuk mengenalkan masyarakat pada instrumen investasi yang aman, terjangkau, dan mudah diakses melalui Pegadaian. Materi difokuskan pada perbedaan emas fisik dan digital, manfaat investasi jangka panjang, serta tata cara pembelian dan penyimpanan emas.

Pendekatan door to door terbukti efektif karena peserta dapat langsung menunjukkan kendala mereka, seperti minimnya pemahaman tentang tabungan emas digital. Setelah edukasi, sebagian warga menyatakan minat untuk mencoba menabung emas dengan nominal kecil secara berkala. Program ini membantu masyarakat memahami bahwa investasi dapat dilakukan meski dengan dana terbatas.

3) Edukasi Akses Modal Cepat dan Aman melalui Pegadaian

Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai layanan pembiayaan yang aman seperti Kredit Cepat dan Aman (KCA). Banyak warga sebelumnya hanya mengenal sumber pinjaman informal yang berisiko tinggi.

Melalui penjelasan langsung di rumah warga, peserta dapat memahami syarat, prosedur, risiko, dan manfaat layanan modal dari Pegadaian. Program ini membantu masyarakat mengetahui pilihan pembiayaan resmi yang lebih aman, serta mengurangi ketergantungan pada pinjaman berbunga tinggi dari pihak tidak resmi.

4) Sosialisasi Pemasaran Digital untuk Usaha Batu Bata

Program ini menasar pelaku usaha batu bata di desa yang masih memasarkan produk secara tradisional. Edukasi diberikan mengenai cara mempromosikan produk melalui WhatsApp, Facebook Marketplace, serta pengambilan foto produk yang menarik.

Sesi door to door memungkinkan pendampingan langsung, seperti membuat akun jualan, membantu menulis deskripsi produk, dan mendokumentasikan proses pembuatan batu bata. Dampaknya, pelaku usaha mulai memahami potensi pasar yang lebih luas melalui pemasaran digital, tidak hanya mengandalkan penjualan dari mulut ke mulut.

5) Membangun Kebiasaan Menabung pada Anak-Anak

Program ini dilaksanakan dengan pendekatan edukatif dan menyenangkan. Anak-anak diperkenalkan pada konsep menabung menggunakan celengan, target tabungan sederhana, dan aktivitas belajar sambil bermain.

Pendekatan ini dipilih untuk menumbuhkan kebiasaan positif sejak dini, sehingga anak-anak mampu memahami nilai uang dan pentingnya pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

Hasilnya, anak-anak sangat antusias membawa celengan baru dan berkomitmen mengisi sedikit demi sedikit setiap harinya. Program ini mendapat dukungan baik dari para orang tua yang merasa terbantu dengan adanya pembiasaan menabung tersebut.

6) Keseluruhan Dampak Program

Secara keseluruhan, rangkaian program kerja KKN di Desa Jembatan Kembar Timur memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan literasi keuangan masyarakat. Pendekatan door to door membuat komunikasi lebih efektif, sehingga masyarakat dapat memahami materi sesuai kebutuhan mereka. Pelaku usaha terbantu dalam memahami pemasaran digital, sedangkan keluarga dan anak-anak memperoleh kebiasaan finansial yang lebih baik. Kegiatan ini menunjukkan bahwa edukasi sederhana yang disampaikan secara tatap muka dapat memberi dampak besar terhadap perilaku ekonomi masyarakat desa.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan menunjukkan meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan keuangan, investasi yang aman, penggunaan layanan Pegadaian, serta dasar-dasar pemasaran digital. Selain itu, kegiatan menabung pada anak-anak memberikan dampak positif terhadap perilaku keuangan sejak dini

REFERENCES

- Pramesti, D., Martini, E., Damayanti, R. M., Rosdaliva, M., & Ayuninggar, L. (2025). *Literasi keuangan dan perilaku perencanaan keuangan ibu rumah tangga di Kelurahan Gentan, Baki, Sukoharjo*. Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series, 8(3), 445–452. <https://doi.org/10.20961/shes.v8i3.107261>
- Adil, A. , Tajuddin, M., Anas, A. S., Muhid, A., Pribadi, A., & Dharma, I. M. Y. (2025). *Pendampingan dan pelatihan digital marketing UMKM Desa Batu Asak – Lombok Tengah*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 722–729. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4765>
- Mardiya, R., Amani, T., & Vidiyastutik, E. D. (2025). *Pengaruh pendapatan, pengetahuan investasi, dan literasi keuangan nasabah terhadap minat investasi tabungan emas pada PT. Pegadaian Cabang Probolinggo*. *ECo-Fin*, 7(2), 732–743. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2306>
- Rudianto, Z. R. V. (2023). *Strategi pemasaran digital bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing (studi kasus pada UMKM di DI Yogyakarta)*. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), xx–xx. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i2.230>
- Wardana, D., & Fauziah, S. (2025). *Transformasi digital UMKM: Peran pemasaran digital terhadap keberlanjutan finansial melalui pertumbuhan penjualan*. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 10(2), xx–xx. <https://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JIAI/article/view/4195> Journal Online UM Jember
- Saras Yulistiawan, B., Hananto, B., & Nugrahaeni, C. (2024). *Pemanfaatan teknologi digital dalam upaya meningkatkan daya jual produk UMKM*. *JAGRI (Jurnal Abmas Negeri)*, 5(1), xx–xx. <https://doi.org/10.36590/jagri.v5i1.84>