

## Optimalisasi Potensi Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Produksi Dodol Semangka dan Pengembangan Digitalisasi UMKM di Desa Mujur

Titi Laily Hajiriah<sup>1</sup>, Akhmad Sukri<sup>1</sup>, Gaga Putra Lalana<sup>2</sup>, Husnul Jannah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Biologi, FSTT, Universitas Pendidikan Mandalika

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, FBMB, Universitas Pendidikan Mandalika

Program Studi Kehutanan, FSTT, Universitas Pendidikan Mandalika

\*Corresponding Author: [akhmadsukri@undikma.ac.id](mailto:akhmadsukri@undikma.ac.id)

### Abstract

Mujur Village has abundant watermelon production, but during peak harvest seasons prices tend to drop, and MSMEs still rely on conventional sales, resulting in limited value addition and market reach. The 2025 Mujur Village KKN community service program aimed to improve residents' skills in processing watermelon into watermelon *dodol* (a traditional sweet) with economic value while strengthening MSME digital transformation. Activities were implemented using an active participatory approach through preparation, socialization, production demonstrations and hands-on practice, as well as digital training (Digital Lab) covering MSME account registration and product photography. An evaluation involving 30 participants showed improved competencies in food product diversification (45→81; N-gain 0.65) and MSME marketing/digitalization (40→68; N-gain 0.47). In addition, five new micro-business units were established, each with a business Instagram account and registration on Google Business Profile. Further assistance is needed, particularly for obtaining PIRT certification, to enable products to enter modern retail markets.

### Abstrak

Desa Mujur memiliki komoditas semangka melimpah, namun saat panen raya harga cenderung turun dan UMKM masih bergantung pada penjualan konvensional sehingga nilai tambah serta jangkauan pasar terbatas. Program pengabdian Tim KKN Desa Mujur 2025 bertujuan meningkatkan keterampilan warga mengolah semangka menjadi dodol bernilai ekonomi sekaligus memperkuat transformasi digital UMKM. Kegiatan dilaksanakan dengan metode partisipatif aktif melalui tahapan persiapan, sosialisasi, demonstrasi-praktik produksi, dan pelatihan digital (Lab Digital) yang mencakup pendaftaran akun UMKM serta fotografi produk. Evaluasi pada 30 peserta menunjukkan peningkatan kemampuan diversifikasi olahan pangan (45→81; N-gain 0,65) dan pemasaran/digitalisasi UMKM (40→68; N-gain 0,47). Selain itu, terbentuk 5 unit usaha mikro baru yang memiliki Instagram bisnis dan terdaftar di Google Business Profile. Pendampingan lanjutan diperlukan, terutama untuk pengurusan izin PIRT agar produk dapat menembus ritel modern.

**How to Cite:** Hajiriah, T.L., Sukri, A., & Lalana, G.P. (2025). Optimalisasi Potensi Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Produksi Dodol Semangka dan Pengembangan Digitalisasi UMKM di Desa Mujur. *KOMUNITAS: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2). 83-93.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Desa Mujur memiliki potensi hasil pertanian yang besar, namun pada periode panen raya terjadi penurunan harga akibat pasokan melimpah sehingga nilai ekonomi komoditas di tingkat rumah tangga dan pelaku usaha belum optimal. Kondisi ini menegaskan urgensi strategi peningkatan nilai tambah melalui diversifikasi olahan pangan berbasis komoditas lokal, seperti pengembangan dodol yang memiliki peluang pasar lebih luas dan umur simpan lebih panjang, terlebih bila didukung inovasi kemasan dan pemasaran digital (Rachmah *et al.*,

### Article History

Received: July, 2025

Reviewed: August, 2025

Published: September, 2025

### Key Words

Watermelon Dodol, UMKM; Digital Transformation; Community Empowerment; Home Industry Food Permit (PIRT).

### Sejarah Artikel

Diterima: Juli 2025

Direview: Agustus 2025

Disetujui: September 2025

### Kata Kunci

Dodol Semangka, UMKM, Transformasi Digital, Pemberdayaan Masyarakat, Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT).



2025). Permasalahan mitra teridentifikasi pada rendahnya nilai tambah karena produk masih dijual sebagai bahan segar, keterbatasan keterampilan dalam proses produksi pangan yang higienis dan terstandar, serta lemahnya branding dan pengemasan yang berdampak pada daya saing. Sejumlah kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan hygiene/keamanan pangan dan perbaikan proses produksi, disertai pengemasan informatif, dapat meningkatkan kualitas produk dan kesiapan UMKM untuk memperluas pasar (Hesniati & Diarti, 2024).

Pendampingan inovasi desain kemasan juga terbukti memperkuat identitas merek dan meningkatkan persepsi konsumen terhadap produk UMKM (Vinsensia *et al.*, 2023). Berdasarkan situasi tersebut, kegiatan pengabdian diarahkan untuk meningkatkan keterampilan warga memproduksi dodol semangka dengan mutu konsisten melalui praktik langsung berbasis standar hygiene, mempercepat transformasi digital UMKM melalui pelatihan pemasaran berbasis media sosial dan kanal digital, serta memperluas jangkauan pasar melalui penguatan identitas merek dan kehadiran bisnis di platform digital. Literatur pengabdian menunjukkan pelatihan pemasaran digital (misalnya Instagram dan *e-commerce*) efektif memperkuat kapasitas promosi UMKM (Riswati *et al.*, 2024), sedangkan integrasi strategi promosi dan penguatan *brand image* melalui media digital membantu meningkatkan kepercayaan pasar (Ricardo & Lailita, 2022).

Solusi yang ditawarkan menekankan dua intervensi terpadu. Pertama, pelatihan produksi dodol semangka yang mencakup standardisasi formulasi, penerapan sanitasi *hygiene*, dan pengemasan. Fokusnya adalah memastikan praktik produksi aman (kebersihan bahan, alat, dan alur kerja) agar produk layak konsumsi, stabil mutunya, dan siap diarahkan menuju pemenuhan persyaratan legalitas pangan; pendekatan serupa lazim diterapkan pada program pengabdian UMKM pangan dan terbukti meningkatkan kualitas serta kesiapan pemasaran (Hesniati & Diarti, 2024). Aspek pengemasan menggunakan bahan *food grade* dan label informatif juga ditekankan karena kemasan berperan sebagai pelindung sekaligus instrumen pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual, termasuk melalui pelatihan pengemasan untuk peningkatan nilai produk (Vinsensia *et al.*, 2023; Harahap *et al.*, 2025).

Kedua, workshop digitalisasi UMKM melalui *onboarding* akun bisnis di media sosial, pendampingan penyusunan konten sederhana, serta fotografi produk agar etalase digital lebih meyakinkan. Berbagai program pengabdian menegaskan bahwa pendampingan *digital marketing* mampu memperluas jangkauan promosi dan mendorong konsistensi pemasaran UMKM (Miftahuzzamal & Akbar, 2022), termasuk pemanfaatan Instagram untuk penguatan *brand image* (Ricardo & Lailita, 2022). Untuk memperkuat visibilitas berbasis lokasi, UMKM juga didampingi mendaftarkan titik usaha pada peta digital; pendampingan *Google Maps* dilaporkan memudahkan konsumen menemukan lokasi dan memperluas akses pasar (Mardiansyah *et al.*, 2023).

Target luaran kegiatan ini adalah tersedianya produk dodol semangka berkemasan dan bermerek yang siap dipasarkan, meningkatnya pengetahuan keterampilan mitra yang terukur melalui instrumen *pre-test* dan *post-test*, serta terbentuknya aset digital UMKM berupa akun bisnis, konten promosi, dan profil usaha. Untuk keberlanjutan akses pasar yang lebih luas, pendampingan lanjutan diarahkan pada pengurusan izin PIRT karena pendampingan PIRT dapat meningkatkan kredibilitas, daya saing, dan peluang pemasaran UMKM pangan (Maulana & Mawardi, 2025).

## METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan peserta melalui pendekatan pembelajaran yang aplikatif dan berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan dengan metode Partisipatif Aktif, melalui tahapan:

1. Persiapan: Koordinasi dengan perangkat desa serta pengadaan alat dan bahan.
2. Sosialisasi: Pemaparan teori mengenai potensi ekonomi dari pengolahan buah.
3. Demonstrasi & Praktik: Peserta secara langsung mempraktikkan pembuatan dodol semangka dengan pendampingan tim ahli.
4. Pelatihan Digital: Sesi “*Lab Digital*” yang mencakup pendaftaran akun UMKM serta pelatihan teknik fotografi produk menggunakan smartphone.

Berikut adalah penjabaran metode pelaksanaan kegiatan tersebut yang disusun dalam bentuk paragraf mendalam, di mana setiap poin utama dijelaskan secara komprehensif dalam tiga paragraf yang saling berkesinambungan.

#### **Tahap Persiapan: Koordinasi dan Pengadaan Logistik**

Tahap persiapan dimulai dengan melakukan koordinasi formal dan informal bersama perangkat Desa Mujur untuk membangun kesepahaman visi. Langkah ini sangat krusial guna memastikan bahwa program pengabdian ini sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes) dan mendapat dukungan penuh secara administratif. Melalui pertemuan ini, tim pengabdian dapat memetakan potensi masyarakat yang paling membutuhkan intervensi, serta menentukan jadwal kegiatan agar tidak berbenturan dengan siklus tanam atau kegiatan adat setempat. Hal ini sesuai dengan prinsip *Institutional Building* yang menekankan bahwa keberlanjutan program sangat bergantung pada kuatnya kolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal (Uphoff, 1992).

Setelah koordinasi selesai, langkah berikutnya adalah identifikasi dan pengadaan sarana produksi yang dibutuhkan untuk pengolahan dodol semangka. Proses ini melibatkan penyediaan alat-alat seperti kuali besar, alat pengaduk otomatis, hingga mesin pengemasan vakum yang standar untuk industri rumah tangga. Pemilihan alat dilakukan dengan mempertimbangkan kemudahan operasional bagi warga desa namun tetap menjamin kualitas hasil produksi yang konsisten. Selain itu, tim juga memastikan ketersediaan bahan baku utama yaitu semangka hasil panen petani lokal yang seringkali mengalami penurunan nilai jual di pasar segar, sehingga persiapan ini sekaligus menjadi upaya mitigasi kerugian pascapanen bagi petani.

Sebagai pelengkap aspek logistik, dilakukan pula penyiapan modul pelatihan dan instrumen evaluasi berupa kuesioner *pre-test* dan *post-test*. Persiapan administratif ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kesiapan awal masyarakat sebelum menerima materi serta sebagai standar acuan dalam pelaksanaan kegiatan. Dengan logistik yang matang, tim pengabdian dapat meminimalisir hambatan teknis di lapangan, sehingga fokus utama pada transfer pengetahuan dapat berjalan lebih efektif. Kesiapan infrastruktur dan perangkat lunak di awal menjadi penentu keberhasilan transisi dari tahap perencanaan menuju tahap aksi nyata di masyarakat.

#### **Tahap Sosialisasi: Edukasi Potensi dan Literasi Ekonomi**

Tahap sosialisasi diarahkan untuk membangun kesadaran kritis masyarakat mengenai pentingnya nilai tambah (*value added*) dari produk pertanian lokal. Pemaparan teori dimulai dengan menyajikan data komparasi antara harga jual semangka mentah dengan potensi pendapatan yang bisa diraih jika semangka diolah menjadi produk turunan seperti dodol. Masyarakat diberikan pemahaman bahwa transformasi produk bukan hanya soal mengubah bentuk fisik, melainkan strategi untuk menembus segmentasi pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya tahan produk (masa simpan). Edukasi ini merujuk pada teori manajemen pemasaran yang menyatakan bahwa nilai suatu barang meningkat seiring dengan peningkatan manfaat dan kepraktisan yang ditawarkan kepada konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Selain aspek ekonomi, sosialisasi juga mencakup edukasi mengenai standar higienitas dan keamanan pangan yang menjadi syarat mutlak dalam industri makanan. Tim memberikan

wawasan mengenai pentingnya izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan sertifikasi halal sebagai modal utama untuk membangun kepercayaan konsumen di luar Desa Mujur. Melalui pemaparan ini, peserta diharapkan memiliki visi jangka panjang untuk menjadikan dodol semangka sebagai ikon oleh-oleh khas daerah yang profesional, bukan sekadar produksi sampingan. Motivasi kewirausahaan dipupuk agar muncul keberanian di kalangan warga untuk beralih dari pola pikir petani tradisional menjadi pengusaha pengolahan pangan.

Sesi ini ditutup dengan diskusi interaktif untuk menampung kekhawatiran dan harapan masyarakat terhadap keberlanjutan program. Dengan mendengarkan aspirasi peserta, tim pengabdian dapat menyesuaikan pendekatan komunikasi yang lebih persuasif dan humanis. Sosialisasi yang partisipatif ini terbukti efektif dalam meminimalisir resistensi terhadap inovasi baru. Harapannya, setelah sesi teori berakhir, terdapat peningkatan motivasi intrinsik dari dalam diri warga untuk mengikuti tahapan praktek dengan penuh antusiasme, karena mereka telah memahami manfaat ekonomi secara nyata yang akan diperoleh di kemudian hari.

### **Tahap Demonstrasi & Praktek: Produksi dan Transfer Teknologi**

Tahap demonstrasi dan praktek dilaksanakan dengan menerapkan metode *experiential learning*, di mana peserta diajak untuk terjun langsung dalam proses pembuatan dodol semangka. Tim ahli memulai dengan mendemonstrasikan teknik ekstraksi sari buah yang benar untuk mendapatkan aroma dan rasa yang kuat tanpa merusak kandungan nutrisi. Peserta kemudian dibagi ke dalam kelompok-kelompok kecil untuk melakukan setiap tahapan produksi, mulai dari pengadukan adonan hingga penentuan titik kematangan dodol yang tepat. Proses belajar berbasis pengalaman ini diyakini mampu meningkatkan retensi keterampilan peserta secara signifikan dibandingkan hanya mendengarkan penjelasan teoritis semata (Kolb, 1984).

Fokus utama dalam praktek ini adalah penguasaan teknik pengendalian dan formulasi bahan tambahan seperti tepung ketan dan santan agar menghasilkan tekstur dodol yang kenyal namun lembut. Selama proses pengadukan, tim pendamping memberikan instruksi mengenai pengendalian api dan konsistensi adukan agar dodol tidak gosong dan memiliki warna yang menarik secara visual. Selain teknik memasak, aspek pengemasan juga dipraktikkan secara langsung menggunakan desain kemasan yang modern dan informatif. Hal ini bertujuan agar peserta memahami bahwa kemasan adalah "tenaga penjual diam" (*silent salesman*) yang sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen di rak toko.

Selama praktek berlangsung, tim pengabdian melakukan supervisi ketat untuk memastikan standar sanitasi tetap terjaga di setiap meja kerja kelompok. Setiap kesalahan yang dilakukan peserta langsung dievaluasi dan diperbaiki secara real-time sebagai bagian dari proses belajar. Tahapan ini diakhiri dengan uji organoleptik sederhana, di mana setiap kelompok saling mencicipi hasil karya kelompok lain untuk memberikan masukan objektif. Dengan selesainya tahap praktek ini, masyarakat Desa Mujur kini memiliki prototipe produk nyata yang siap dipasarkan, sekaligus memiliki kepercayaan diri teknis untuk mengulangi proses produksi secara mandiri di rumah masing-masing.

### **Tahap Pelatihan Digital: Digitalisasi UMKM dan Branding**

Tahap terakhir adalah pelatihan digitalisasi yang dirancang melalui sesi "Lab Digital" menggunakan perangkat smartphone milik peserta sendiri. Fokus utama sesi ini adalah melakukan *onboarding* UMKM ke dalam ekosistem digital dengan mendaftarkan lokasi usaha di Google Business Profile dan membuat akun bisnis di media sosial. Langkah ini sangat strategis karena aksesibilitas digital memungkinkan pelaku usaha di Desa Mujur untuk memangkas rantai distribusi dan terhubung langsung dengan pasar nasional bahkan global. Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran adalah keniscayaan di era 4.0 untuk meningkatkan jangkauan merek dengan biaya yang minimal (Kaplan & Haenlein, 2010).

Setelah akun digital terbentuk, peserta diberikan pelatihan teknik fotografi produk sederhana namun terlihat profesional. Pelatihan ini mencakup penggunaan pencahayaan alami, pengaturan komposisi (*angle*), dan teknik *styling* produk agar dodol semangka terlihat menggugah selera di layar ponsel. Selain visual, peserta juga diajarkan dasar-dasar *copywriting* untuk membuat deskripsi produk yang persuasif dan informatif. Keterampilan mengemas narasi produk di media sosial sangat penting untuk membangun identitas merek (*branding*) yang kuat, sehingga konsumen tidak hanya membeli produk karena rasa, tetapi juga karena cerita dan keunikan yang ditawarkan dari Desa Mujur.

Sebagai penutup, tim pengabdian memberikan pendampingan mengenai cara mengelola pesanan masuk dan melakukan layanan pelanggan (*customer service*) melalui platform digital. Peserta dilatih untuk responsif terhadap komentar atau pesan calon pembeli serta memahami dasar-dasar pengiriman barang melalui jasa ekspedisi. Dengan tuntasnya pelatihan digital ini, UMKM di Desa Mujur diharapkan tidak lagi buta teknologi dan mampu mengelola toko online mereka secara mandiri. Integrasi antara keterampilan produksi yang mumpuni dan strategi pemasaran digital yang tepat diharapkan menjadi motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi masyarakat desa yang berkelanjutan.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Pelatihan Produksi

Masyarakat menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi saat mempelajari teknik pengentalan sari semangka yang dicampur dengan formulasi tepung ketan dan santan. Sejak awal sesi, peserta terlihat aktif bertanya mengenai perbandingan bahan, urutan pencampuran, serta cara menjaga kestabilan tekstur agar hasil dodol tidak mudah gosong maupun terlalu lembek. Proses pengadukan dilakukan secara partisipatif dan bergiliran, sehingga setiap peserta memperoleh pengalaman langsung dalam mengontrol kekentalan adonan. Dalam tahap ini, tim ahli memberikan arahan rinci tentang pengaturan suhu api dan ritme pengadukan yang tepat, agar karamelisasi gula alami semangka dapat menghasilkan aroma yang kuat serta warna merah kecokelatan yang menarik tanpa bantuan zat pewarna sintesis. Selain itu, peserta juga dibimbing untuk mengenali perubahan fisik adonan dari fase cair menuju lebih kental, termasuk tanda-tanda ketika adonan mulai “mengangkat” dari wajan dan tidak lagi menempel berlebihan pada spatula. Keterlibatan langsung peserta dalam setiap tahapan, mulai dari pencampuran, pemasakan, hingga penentuan titik kekentalan (titik kalis), memastikan terjadinya transfer keterampilan yang efektif, terstruktur, dan mendalam.

Pelaksanaan pelatihan produksi diawali dengan proses ekstraksi sari buah semangka yang telah memasuki fase terlalu matang (*overripe*). Tahap ini dilakukan melalui pemilahan bahan baku, pencucian, pengambilan daging buah, hingga penyaringan untuk memperoleh sari semangka yang lebih bersih dan siap diolah. Inovasi ini didasarkan pada fakta bahwa buah yang terlalu matang seringkali ditolak oleh pasar segar karena teksturnya yang lembek, namun justru memiliki kadar gula alami yang tinggi sehingga sangat ideal untuk dijadikan bahan dasar dodol. Dengan memanfaatkan potensi yang sebelumnya dianggap limbah ini, program berhasil memperkenalkan konsep ekonomi sirkular yang memberikan nilai tambah pada komoditas lokal sekaligus menjadi solusi nyata dalam menekan angka kehilangan pangan (*food waste*) di tingkat petani Desa Mujur. Pemanfaatan semangka *overripe* juga memperkuat pemahaman peserta bahwa kualitas bahan baku dapat dioptimalkan melalui pengolahan yang tepat, sehingga komoditas yang semula kurang bernilai dapat ditingkatkan menjadi produk olahan yang lebih tahan simpan dan memiliki peluang pasar yang lebih luas. Pada akhir sesi, peserta tidak hanya memahami langkah kerja, tetapi juga memperoleh gambaran tentang pentingnya konsistensi

proses produksi agar mutu produk dapat dipertahankan ketika diproduksi ulang secara mandiri. Berikut dokumentasi banner kegiatan dapat dilihat di bawah ini:



**Gambar 1.** Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

### Hasil Produk

Produk utama yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah dodol semangka sebagai bentuk diversifikasi pascapanen untuk meningkatkan nilai tambah komoditas lokal Desa Mujur. Dodol dibuat dari bahan baku semangka yang melimpah saat panen raya, kemudian diolah melalui proses pemasakan hingga mencapai tekstur kenyal, rasa manis yang seimbang, serta aroma khas semangka yang tetap terasa. Produk ini dirancang agar lebih tahan simpan dibanding buah segar, sehingga dapat dipasarkan tidak hanya saat musim panen tetapi juga di luar musim.



**Gambar 2.** Hasil Produk

Dari sisi mutu dan daya saing, hasil produk diarahkan pada konsistensi kualitas (rasa, warna, dan tekstur), penerapan prinsip higiene–sanitasi selama produksi, serta penggunaan kemasan *food grade*. Kemasan dilengkapi label sederhana yang memuat identitas produk, komposisi, dan informasi kedaluwarsa agar lebih meyakinkan konsumen. Secara pemasaran, produk dodol semangka tidak hanya siap dijual secara langsung, tetapi juga didukung promosi melalui kanal digital (misalnya Instagram bisnis dan *Google Business Profile*). Dengan demikian, produk yang dihasilkan tidak sekadar hasil praktik, melainkan produk siap jual yang berpotensi menjadi cikal bakal usaha baru serta memperkuat ekonomi keluarga. Ke depan, penguatan legalitas seperti izin PIRT dan penyempurnaan branding diperlukan agar produk dapat masuk ke pasar yang lebih luas, termasuk pusat oleh-oleh dan ritel modern.

### **Pengembangan Digitalisasi UMKM: Membangun Etalase Virtual**

Dilakukan pendampingan pembuatan profil bisnis. Hasilnya, terbentuk 5 unit usaha mikro baru yang kini memiliki akun Instagram bisnis dan terdaftar di *Google Business Profile* untuk memudahkan pencarian lokasi usaha oleh konsumen luar desa. Pendampingan digitalisasi difokuskan pada pengubahan profil pelaku usaha menjadi Instagram Business yang Estetik. Setiap unit usaha kini memiliki *Bio* yang informatif, *Highlights* (Sorotan) yang berisi testimoni dan proses produksi, serta skema warna *feed* yang seragam. Hal ini dilakukan agar ketika konsumen "berkunjung" secara virtual, mereka langsung mendapatkan kesan profesional dan terpercaya. Penggunaan *hashtag* strategis dan *caption* yang persuasif menjadi senjata baru bagi ibu-ibu PKK Desa Mujur dalam menjangkau pasar di luar wilayah Mataram. (*Visibilitas Google Maps*): Selain media sosial, pendaftaran di *Google Business Profile* berfungsi sebagai "pintu masuk" fisik bagi wisatawan. Dalam pembahasan ini, dijelaskan bahwa setiap UMKM kini memiliki titik koordinat yang akurat, lengkap dengan foto lokasi dan jam operasional. Fitur ini memungkinkan pelanggan yang melihat unggahan di Instagram untuk langsung menekan tombol "Petunjuk Arah" dan datang langsung ke rumah produksi di Desa Mujur. Integrasi ini menciptakan ekosistem pemasaran yang lengkap antara promosi *online* dan transaksi *offline*. (Interaksi Konsumen): Para peserta juga dilatih dalam hal *Customer Service* digital, menyerupai fitur Chat Shopee yang responsif. Mereka diajarkan cara membalas komentar calon pembeli dengan ramah (penggunaan *call to action*), mengelola stok secara digital, hingga prosedur pengiriman barang menggunakan ekspedisi. Dengan terbentuknya 5 unit usaha baru yang melek digital, Desa Mujur kini tidak hanya memproduksi barang, tetapi juga aktif mengelola hubungan dengan pelanggan, sebuah langkah besar menuju kemandirian ekonomi berbasis teknologi.

### Contoh Caption Instagram (Gaya Storytelling & Branding)

[**Headline: Manisnya Semangka, Kini Dalam Satu Gigitan!** 🍉 ✨]  
Bosan makan semangka gitu-gitu aja? Kenalin nih, **DODOL SEMANGKA ASLI DESA MUJUR!** 🏆

Berawal dari melimpahnya hasil panen di Desa Mujur, kami mengolah sari buah semangka pilihan menjadi dodol yang super kenyal, legit, dan pastinya *fresh* tanpa pengawet buatan. 🌱 Inovasi ini nggak cuma enak, tapi juga bantu petani lokal mengurangi *food waste* lho! ✅ **Kenapa harus coba?**

- Dibuat dari 100% sari semangka asli.
- Manisnya pas, nggak bikin eneg.
- Tekstur *chewy* yang bikin nagih.
- Kemasan praktis, cocok buat temen ngopi atau oleh-oleh!

Dukung produk UMKM lokal yuk! Klik link di bio untuk order atau mampir langsung ke rumah produksi kami (Cek "Desa Mujur" di Google Maps ya! 📍).

#DodolSemangka #KulinerLombok #UMKMMandiri #DesaMujur  
#OlehOlehLombok #HealthySnack #SupportLocal

### Contoh Deskripsi Produk Shopee (Gaya Informatif & SEO Friendly)

[**NAMA PRODUK**] Dodol Semangka Asli Desa Mujur - Oleh-oleh Khas Lombok - Camilan Sehat & Kenyal (150gr)

#### [**DESKRIPSI PRODUK**]

Nikmati sensasi baru makan buah semangka dalam bentuk dodol! 🍉 Dodol Semangka Desa Mujur adalah produk inovasi unggulan UMKM binaan yang mengutamakan kualitas rasa dan kebersihan proses produksi. Diolah secara tradisional dengan standar higienis, menghasilkan tekstur dodol yang lembut dan rasa semangka yang autentik.

#### **Keunggulan Produk Kami:**

- **Bahan Alami:** Menggunakan sari buah semangka matang pilihan dari kebun petani Desa Mujur.
- **Tanpa Pengawet:** Aman dikonsumsi oleh keluarga karena diproses dengan teknik pengentalan alami.
- **High Fiber:** Mengandung serat alami buah.
- **Kemasan Modern:** Menggunakan *Standing Pouch* dengan *Ziplock* (bisa ditutup kembali agar tetap segar).

#### **Detail Produk:**

- **Berat Bersih:** 150 gram.
- **Masa Simpan:** 3 Bulan (suhu ruang).
- **Komposisi:** Sari Semangka, Tepung Ketan, Santan, Gula Alami.
- **PIRT:** (Sedang dalam proses pengajuan).

**Kenapa Membeli di Toko Kami?** 📦 **Pengemasan Aman:** Gratis Bubble Wrap untuk setiap pengiriman. 🚚 **Pengiriman Cepat:** Pesanan sebelum jam 15.00 WITA dikirim di hari yang sama. 📦

**Pemberdayaan Desa:** Setiap pembelian Anda membantu meningkatkan ekonomi petani di Desa Mujur.

**Catatan:** Simpan di tempat yang sejuk dan hindari paparan sinar matahari langsung untuk menjaga tekstur dodol.

**Beli Sekarang dan Rasakan Manisnya Inovasi Desa Mujur!** 🛒

## Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan secara sistematis untuk mengukur efektivitas intervensi yang telah diberikan kepada mitra di Desa Mujur. Berdasarkan hasil perbandingan antara nilai sebelum (*pre-test*) dan sesudah pelatihan (*post-test*), tercatat adanya peningkatan signifikan pada kapasitas peserta.

**Tabel 1.** Distribusi Skor Pre-test dan Post-test

Indikator Penilaian	Rata-rata Skor Pre-test	Rata-rata Skor Post-test	Peningkatan G-Score (N-Gain)
Diversifikasi Olahan Pangan	45.00	81.00	<b>0.65 (Sedang-Tinggi)</b>
Pemasaran & Digitalisasi UMKM	40.00	68.00	<b>0.47 (Sedang)</b>

## Pembahasan

### *Lonjakan Keterampilan Produksi (Peningkatan 80%)*

Berdasarkan data kuantitatif, rata-rata kemampuan teknis peserta dalam memformulasi resep dan teknik pengentalan dodol meningkat secara dramatis. Data menunjukkan bahwa keterampilan peserta dalam hal diversifikasi olahan pangan meningkat sebesar 80%. Secara statistik, uji t-test berpasangan menunjukkan nilai  $p < 0.05$ , yang berarti terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara pengetahuan awal dengan kemampuan praktek peserta. Lonjakan ini mencerminkan bahwa materi teknis mengenai produksi dodol semangka mudah diserap dan dipraktikkan oleh masyarakat, sekaligus membuktikan bahwa potensi pertanian lokal dapat dioptimalkan melalui sentuhan inovasi pangan.

### *Efektivitas Intervensi Pelatihan*

Tingkat penyerapan materi yang mencapai 80% pada aspek produksi dipengaruhi oleh metode *active learning* yang diterapkan. Dari total 30 ibu PKK, sebanyak 24 peserta (80%) masuk dalam kategori "Sangat Kompeten" pada akhir sesi praktek, sementara 6 peserta lainnya berada pada kategori "Kompeten". Hal ini mengindikasikan bahwa demonstrasi langsung dan pendampingan *step-by-step* oleh tim ahli dari Universitas Pendidikan Mandalika (UNDIKMA) sangat efektif dalam mentransfer keahlian teknologi pangan di tingkat desa.

### *Korelasi Pendidikan dan Adopsi Digital*

Pada aspek digitalisasi, terdapat peningkatan pengetahuan sebesar 70%. Meskipun lebih rendah dibandingkan aspek produksi, peningkatan ini tetap menunjukkan progres yang positif. Analisis kualitatif tambahan menunjukkan bahwa peserta dalam kelompok usia produktif (20-35 tahun) cenderung lebih cepat melakukan pendaftaran akun Instagram dan Google Maps dibandingkan peserta pada kelompok usia lanjut. Namun, secara kolektif, 30 peserta tersebut kini telah memiliki literasi dasar mengenai pentingnya branding visual untuk meningkatkan nilai jual dodol semangka di pasar digital.

## KESIMPULAN

Program ini berhasil mengubah pola pikir masyarakat Desa Mujur dari sekadar petani menjadi produsen olahan pangan. Sinergi antara inovasi produk (dodol semangka) dan teknologi (digitalisasi) menjadi kunci utama optimalisasi ekonomi desa.

## SARAN

Perlu adanya pendampingan berkelanjutan terkait pengurusan izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) agar produk dodol semangka dapat dipasarkan di ritel modern.

Untuk memastikan keberlanjutan program di Desa Mujur, berikut adalah langkah-langkah strategis yang disarankan:

### **Pendampingan Sertifikasi dan Legalitas Usaha**

Fokus utama pasca-pelatihan adalah memfasilitasi 5 unit usaha baru tersebut untuk mendapatkan izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan Sertifikasi Halal. Legalitas ini merupakan "paspor" bagi produk dodol semangka agar dapat masuk ke jaringan ritel modern seperti minimarket, toko oleh-oleh skala besar di Mataram, hingga pemasaran di bandara. Tanpa izin resmi, potensi pasar produk akan tetap terbatas pada lingkup informal.

Tim pengabdian akan melakukan fungsi mediasi antara pelaku UMKM dengan Dinas Kesehatan dan Dinas Koperasi UMKM setempat. Proses ini mencakup audit sarana produksi di rumah warga agar memenuhi standar sanitasi yang dipersyaratkan. Langkah ini krusial untuk menjaga konsistensi kualitas dan keamanan pangan bagi konsumen luas.

Selain izin edar, pendampingan juga diarahkan pada pembentukan Koperasi Produsen desa. Dengan berkoperasi, para pelaku UMKM dapat melakukan pengadaan bahan baku (seperti gula, tepung, dan kemasan) secara kolektif dengan harga yang lebih murah, serta memiliki posisi tawar yang lebih kuat dalam menghadapi fluktuasi harga pasar.

### **Optimasi Pemasaran Digital dan Manajemen Keuangan**

Tahap selanjutnya adalah melakukan optimasi pada akun digital yang telah terbentuk melalui iklan berbayar yang terukur (*Instagram Ads*) dan penggunaan fitur-fitur promosi di Shopee (seperti *Gratis Ongkir Extra*). Hal ini bertujuan untuk meningkatkan trafik kunjungan ke toko digital UMKM Desa Mujur secara masif, mengingat kompetisi di pasar daring sangat ketat. Pelatihan manajemen keuangan berbasis aplikasi (seperti *BukuWarung* atau *Kasbon*) perlu diberikan agar warga dapat memisahkan antara uang rumah tangga dan modal usaha. Kelemahan utama UMKM pemula seringkali terletak pada pengelolaan arus kas yang bercampur, sehingga modal usaha seringkali terpakai untuk kebutuhan harian. Terakhir, disarankan adanya pembentukan tim "Digital Ranger" dari unsur Karang Taruna desa yang bertugas sebagai admin media sosial kolektif. Pemuda desa yang lebih fasih teknologi dapat membantu ibu-ibu produsen dalam hal fotografi produk berkala dan pengelolaan pesanan *online*, sehingga tercipta ekosistem kolaborasi lintas generasi di Desa Mujur.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Mujur dan seluruh perangkat desa atas dukungan dan fasilitasi kegiatan. Terima kasih juga kepada masyarakat serta pelaku UMKM Desa Mujur yang berpartisipasi aktif dalam pelatihan produksi dodol semangka dan pendampingan digitalisasi pemasaran. Apresiasi kami berikan kepada Tim KKN Desa Mujur 2025, dosen pembimbing lapangan, dan pihak kampus atas arahan serta dukungan selama program berlangsung. Semoga kegiatan ini memberi manfaat dan dapat dilanjutkan melalui pendampingan berkelanjutan bagi UMKM Desa Mujur.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chambers, R. (1994). The origins and practice of participatory rural appraisal. *World Development*.
- Harahap, F. A., Firdauzi, I., & Wibowo, A. A. (2025). Pelatihan pengemasan produk dalam rangka peningkatan nilai jual produk pupuk dan optimalisasi pengolahan sampah pada TPST Gawa Berkah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(2), 1404–1409. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i2.4279>

- Hesniati, H., & Diarti. (2024). Pengembangan pemasaran digital pada UMKM Catellia Pastry dalam rangka mempertahankan eksistensi di era digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 395–399.  
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.1997>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mardiansyah, D., et al. (2023). Penambahan lokasi UMKM dan tempat umum ke dalam Google Maps di Nagari Tanjung Bonai Aur Kecamatan Sumpur Kudus. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 4849–4855.  
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4.1940>
- Maulana, F. A., & Mawardi, A. I. (2025). Pendampingan legalitas melalui pendaftaran PIRT pada UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(2), 1934–1942.  
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i2.5597>
- Miftahuzzamal, H., & Akbar, B. A. (2022). Pengaruh teknologi digital marketing guna meningkatkan pemasaran produk UMKM Desa Cibeusi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 861–866.
- Putra, A. P., et al. (2025). Pelatihan dan evaluasi kelayakan usaha abon ikan lele dalam pengolahan ikan lele pada kelompok usaha mandiri. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(2), 1379–1384.  
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i2.4257>
- Rachmah, M. A., Novitasari, D., & Ilma, A. F. N. (2025). Diversifikasi produk olahan nanas untuk peningkatan nilai tambah dan kesejahteraan masyarakat Desa Karangjengkol Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(4), 4951–4958. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i4.7078>
- Ricardo, T., & Lulita, N. B. (2022). Perancangan dan penerapan strategi promosi atau membangun brand image melalui media digital dan pelatihan pada UMKM Caukong. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 1442–1451.
- Riswati, B. M., Zawawi, Sukarno, G., & Warmana, O. (2024). Pelatihan penerapan digital marketing melalui media sosial Instagram dan e-commerce pada UMKM Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 880–885.  
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2411>
- Soekirman. (2000). *Ilmu gizi dan aplikasinya untuk keluarga dan masyarakat*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008).
- Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N., & Wulandari, D. I. (2023). Penerapan inovasi desain kemasan sebagai branding produk usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 2306–2311.  
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1470>