

**UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT
DESA PAOKMOTONG MELALUI
PEMBERDAYAAN UMKM**

**ARZA MAULANA HUSIN^{1*}, ABELYA PUTERI², RIZKY CAHYA
PRATAMA³, UBAYDILLAH DZAKIR⁴, BRAMANTIO EKY⁵, RHISTY
PUTRI⁶, DWI RAHYUNINGRUM⁷, HAMDAN ATTAMIMI⁸, SHODIK
RAFIATUR⁹, GISKA RAISYA¹⁰, IKI TAYUBI¹¹, ALIFIAN NUGRAHA¹²**

¹ STIA Pembangunan Jember

² Universitas Jember

³ Telkom University

⁴ Universitas Islam KH.Achmad Muzakki Syah Jember

*¹Email: arzamaulanahusin@gmail.com

ABSTRAK

Program KKN 3T kolaboratif Lombok 2025 dilaksanakan di Desa Paokmotong, Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur, dengan fokus pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui edukasi dan sosialisasi berbasis digitalisasi. Kegiatan ini melibatkan berbagai mitra, termasuk Dinas Perindustrian, Bank BRI, Grapari cabang Selong, PT Pegadaian, dan Pemerintah Desa Paokmotong. Misi utama program ini adalah meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terkait pemanfaatan teknologi berbasis digitalisasi untuk perkembangan UMKM di Desa Paokmotong, memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi digital dengan menggunakan media sosial, E-commers dan desain Canva untuk promosi produk UMKM. Kemudian diselenggarakan kegiatan bazaar UMKM Paokmotong naik kelas dan launching UMKM, pelaksanaan program mencakup observasi, wawancara serta penyusunan modul yang aplikatif dan E-Katalog yang mudah dipahami oleh masyarakat desa Paokmotong. Hasilnya menunjukkan pelaku UMKM memiliki keinginan untuk meningkatkan usahanya dengan melalui promosi berbasis digital. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan waktu dan perluasan cakupan sasaran, program ini tetap memberikan dampak positif dan membuka peluang keberlanjutan melalui kolaborasi dengan berbagai pihak.

Kata Kunci : Pemberdayaan UMKM, Digital Marketing, E-commerce

I. ANALISIS SITUASI

Desa Paokmotong, merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat (NTB), merupakan desa yang memiliki potensi besar di sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berbasis komoditas lokal seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, dan kuliner tradisional. Desa Paokmotong memiliki dua belas dusun yang tersebar diwilayahnya, yakni Dusun Paokmotong utara, paokmotong selatan, paokmotong esoh, tunjang utara, tunjang selatan, dasan malang barat, dasan malang timur, nenggung barat, nenggung timur, bilasundung utara, bilasundung selatan, rumeneng. Desa ini dihuni oleh masyarakat yang sebagian besar berprofesi sebagai petani, pengerajin, dan pedagang, tetapi mereka juga memiliki usaha mikro yang turut mendukung kesejahteraan ekonomi mereka. Sayangnya, di balik potensi besar tersebut, terdapat sejumlah tantangan yang perlu mendapat perhatian serius untuk mendukung keberlanjutan.

Salah satu tantangan utama di Desa Paokmotong berkaitan dengan sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan digitalisasi dan izin usaha. Dari hasil survei lapangan yang dilakukan, ditemukan sejumlah masalah yang dihadapi pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Paokmotong. Banyak pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) hanya mampu menjual produk mereka di sekitar dusun dan Desa Paokmotong, tanpa memiliki akses yang lebih luas ke pasar yang lebih besar. Hanya sedikit yang memahami strategi pemasaran online, dan keterbatasan sumber daya manusia yang cukup memadai juga menjadi kendala utama untuk mengatasi permasalahan yang ada di Desa Paokmotong. Kurangnya kesadaran akan pentingnya mem-branding produk dari para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) juga turut menghambat potensi perkembangan usaha mereka ke pasar yang lebih luas. Dari sebelas UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang tercatat, 10 di antaranya belum memiliki izin usaha resmi, menandakan bahwa ada

kebutuhan mendesak untuk mendampingi dan mengedukasi para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam hal legalitas dan pengembangan usaha untuk

II. TINJAUAN PUSTAKA

Digitalisasi UMKM merupakan strategi krusial dalam menghadapi tantangan globalisasi dan persaingan pasar yang semakin kompetitif. Menurut Tambunan (2019), UMKM memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia dan menyerap 97% tenaga kerja. Namun demikian, digital divide di kalangan pelaku usaha kecil di pedesaan masih menjadi hambatan serius.

Zimmerman (2000) dalam teorinya menyebut bahwa pemberdayaan komunitas (community empowerment) merupakan proses di mana individu dan kelompok memperoleh kendali atas kehidupan ekonomi mereka melalui partisipasi dan kontrol dalam pengambilan keputusan. Pendekatan ini digunakan dalam berbagai studi pengabdian masyarakat berbasis UMKM.

kemajuan dan keberlanjutan usaha para pelaku UMKM di Desa Paokmotong.

III. IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Dari analisis situasi, terdapat beberapa masalah utama yang berkontribusi pada Desa Paokmotong, sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran dan pemahaman pelaku umkm tentang pentingnya sebuah legalitas usaha dan branding usaha;
2. Kurangnya pengetahuan dari para pelaku UMKM terkait promosi digital;

IV. TUJUAN KEGIATAN

Tujuan dari pelaksanaan KKN Kolaboratif 3T di Desa Paokmotong diantaranya :

1. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku umkm tentang pentingnya sebuah legalitas dan branding usaha;

2. Meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya digitalisasi *Marketing*;

V. MANFAAT KEGIATAN

Adapun manfaat yang dapat diperoleh setelah berlangsungnya kegiatan pelatihan ini adalah:

1. Membantu para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dengan memberikan edukasi tentang pentingnya branding usaha dan melakukan pendampingan pembuatan terkait legalitas usaha paling dasar, yakni; Nomor Induk Berusaha (NIB).
2. Membantu para pelaku UMKM dengan sosialisasi dan pendampingan tentang pentingnya Digitalisasi bagi UMKM.

VI. KERANGKA

PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan permasalahan diatas, kami para pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan beberapa langkah-langkah dalam Upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi mikro masyarakat di Desa Paokmotong, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Observasi ke Pemerintah Desa Paokmotong tentang jumlah UMKM di setiap dusun
2. Observasi ke kader kader yang ada pada Desa Paokmotong, seperti ibu-ibu PKK, PEKA, dan beberapa lapisan masyarakat.
3. Mengidentifikasi permasalahan dan membuat langkah-langkah kegiatan sosialisasi dan edukasi.
4. Koordinasi dengan pihak terkait tentang rencana pelaksanaan kegiatan.
5. Edukasi dan penyuluhan. Hal ini seperti melakukan sosialisasi tentang pentingnya branding usaha, legalitas usaha, dan Digitalisasi UMKM.
6. Memperbaiki website Desa Paokmotong yang nantinya dapat di gunakan untuk menjual produk umkm.

VII. KHALAYAK SASARAN

Adapun khalayak atau kelompok sasaran dalam program ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM Desa Paokmotong
Dalam Upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat program KKN berfokus dalam peningkatan

kapasitas sdm dari pelaku umkm, di Paokmotong sendiri umkm menjadi salah satu peluang utama karena menjadi salah satu pusat perdagangan terbesar di Kabupaten Lombok Timur sehingga dapat di manfaatkan oleh Masyarakat untuk meningkatkan ekonomi lokal tetapi ada beberapa kendala yang di hadapi oleh pelaku usaha yaitu kurangnya pemahaman tentang branding usaha, pentingnya digitalisasi

UMKM dan juga masih banyak pelaku usaha yang tidak memiliki legalitas usaha seperti NIB sehingga membuat mereka tidak bisa memasok produk mereka ke toko toko besar dan hanya mengandalkan pemasaran di pasar tradisonal, hal tersebut membuat Masyarakat Lombok Timur yang melewati desa Paokmotong kurang mengetahui adanya produk produk khas dari desa tersebut.

VIII. METODE KEGIATAN

Adapun metode kegiatan yang dilakukan dalam pelatihan ini adalah sebagai berikut:

- A. Sosialisasi Branding Usaha, digitalisasi UMKM dan NIB (Nomor Induk Berusaha)

Dalam pelaksanaan program ini kelompok KKN bekerja sama dengan Dinas Koperasi, BRI, Pegadaian dan Telkomsel untuk menjadi pembicara dan sponsorship untuk mendukung kegiatan sosialisasi. Program ini dilaksanakan pada 1 Februari 2025 di Gedung aula Desa

Paokmotong, acara ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM tentang pentingnya branding usaha, digitalisasi UMKM dan legalitas usaha untuk kemajuan usaha UMKM di Desa Paokmotong. Acara ini berlangsung selama tiga jam dengan runtutan kegiatan pemaparan tentang pentingnya branding usaha dan legalitas usaha yang paling mendasar yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) serta pembuatan langsung Nomor Induk Berusaha (NIB) yang di dampingi oleh

pihak Dinas Koperasi dan UMKM Lombok Timur.

Ada sekitar kurang lebih 8 para pelaku UMKM di Desa Paokmotong yang mendapatkan NIB (Nomor Induk Berusaha),

Kelompok KKN Kolaborasi juga membuat modul ajar tentang branding dan legalitas usaha yang mana modul tersebut di serahkan kepada Desa guna untuk membantu para UMKM .



Gambar 1. Sosialisasi Digitalisasi marketing UMKM

B. Pelatihan Digitalisasi marketing dan branding usaha

Pelatihan digitalisasi UMKM merupakan program yang dirancang untuk membekali para pelaku UMKM dengan keterampilan pemasaran digital serta mendampingi pemasaran produk mereka melalui platform yang terintegrasi, seperti tiktok shop, Shopee, dan lain-lain. Program ini mencakup berbagai aspek, mulai dari optimalisasi

media sosial untuk media promosi dan jual barang para pelaku UMKM Desa Paokmotong hingga pemanfaatan marketplace untuk meningkatkan penjualan. Pelatihan ini diharapkan membantu UMKM menjadi lebih mandiri dalam mengelola bisnis digital mereka dan bersaing di pasar yang lebih luas baik di Kabupaten Lombok Timur

sampai ke seluruh Pulau Lombok.

Kegiatan ini diawali dengan pemaparan materi tentang pentingnya digitalisasi yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN Kolaboratif 3T, setelah itu dilakukan praktik pembuatan logo dan packaging melalui aplikasi canva dengan mendampingi audiens para pelaku UMKM secara langsung yang di dampingi oleh mahasiswa KKN. Audiens sangat bersemangat dan antusias saat melakukan pelatihan pembuatan logo dan packaging hingga akhir, kegiatan ini diakhiri dengan dokumentasi bersama seluruh panitia dan audiens pelaku UMKM Desa Paokmotong. Output dari kegiatan ini diharapkan dapat membuat audiens bisa menambah wawasan dan membuka

pemikiran tentang pentingnya digitalisasi pada sektor bisnis UMKM sehingga bisa membuka pangsa pasar para pelaku UMKM menjadi semakin luas dan juga membawa nama Desa Paokmotong sebagai Desa UMKM semakin dikenal di Kabupaten Lombok Timur sampai ke seluruh Pulau Lombok.

Selanjutnya kelompok Mahasiswa KKN kolaborasi membuat modul ajar tentang cara branding usaha yang di serahkan kepada Pemerintah Desa Paokmotong supaya para pelaku UMKM lain yang belum sempat terbina oleh Mahasiswa KKN Kolaboratif 3T bisa belajar dan menerapkan apa yang ada dalam modul ajar branding usaha.



Gambar 2. Pelatihan branding UMKM

C. Launching UMKM Paokmotong naik kelas dan Bazaar UMKM

UMKM di Desa Paokmotong memiliki potensi yang sangat beragam, mencakup sektor pertanian, kerajinan tangan, kuliner, dan perdagangan. Banyak pelaku usaha yang terlibat dalam produksi industri rumahan seperti kerupuk, keripik, roti, tempe, tahu, tembakau yang dipasarkan melalui pasar tradisional maupun pengepul lokal, selain itu juga terdapat pengrajin tangan seperti mebel dan kasur yang menjadi bagian penting dalam ekonomi desa. UMKM di Desa Paokmotong memiliki

peluang besar untuk berkembang lebih pesat serta memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat. Launching Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Paokmotong Naik Kelas merupakan suatu puncak kegiatan dalam program kerja yang kami lakukan untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian pelaku UMKM di wilayah Paokmotong. Kegiatan ini menjadi momentum penting dalam mendorong inovasi, digitalisasi, dan peningkatan kapasitas bisnis untuk para pelaku usaha agar lebih

kompetitif di pasar yang lebih luas. Untuk



Gambar 3. Launching Desa UMKM dan Bazaar UMKM

IX. EVALUASI KEGIATAN

Monitoring dan Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan cara:

1. Survei Pengetahuan sebelum dan sesudah kegiatan untuk mengukur peningkatan pemahaman masyarakat mengenai digitalisasi UMKM yang di terapkan kepada pelaku UMKM Desa Paokmotong.
2. Evaluasi Keberhasilan Program melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan pelaku UMKM.
3. Pelaporan Berkala kepada pihak terkait (pemerintah desa,dll) mengenai

perkembangan program dan kendala yang dihadapi.

Evaluasi akhir dilakukan setelah program selesai dengan mengukur perubahan dalam tingkat pengetahuan pelaku UMKM dan keberhasilan tentang digitalisasi marketing UMKM Desa Paokmotong.

X. DAFTAR PUSTAKA

- T. Tambunan, "Recent Evidence of the Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia," *Journal of Global Entrepreneurship Research*, vol. 9, no. 1, 2019.
- M. Zimmerman, "Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Community Levels of

- Analysis,” Handbook of Community Psychology, Springer, 2000.
- E. Kartika, “Analisis Efektivitas Pelatihan UMKM Berbasis Teknologi Digital,” Jurnal Pengabdian Kewirausahaan, vol. 2, no.1, 2022
- M. S. Wicaksono et al., “Digital Marketing Training for MSMEs During the COVID-19 Pandemic,” Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, vol. 7, no. 1, 2023.
- S. Susanti, A. Lestari, and M. Prasetyo, “Peran Pelatihan Branding dan Legalitas terhadap Keberdayaan UMKM,” Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia, vol. 4, no. 2, 2022..