

Empowering the South Alai Village Community Through Tofu Products and E-Commerce Based Digital Marketing

Pemberdayaan Masyarakat Desa Alai Selatan Melalui Produk Tahu Dan Pemasaran Digital Berbasis E-Commerce

Putri Dia Permata¹, Yulianti², Muhammad Rahmad Idil³, Abelia Aw⁴, Iswanto⁵, Fauziah Afriyani⁶, Try Wulandari⁷

Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri^{1,2,4,5,6,7}

Fakultas Teknik Universitas Indo Global Mandiri³

Putridiapermata08@gmail.com¹, Yu27yulianti@gmail.com²,
muhhammadrahmadidil2002@gmail.com³, abeliaandra11@gmail.com⁴,
iswanto9969@gmail.com⁵

Disubmit : 17 Agustus 2024, Diterima : 30 September 2024, Terbit: 06 Oktober 2024

ABSTRACT

Community empowerment is an important effort to improve the welfare and independence of local communities, especially in villages that have economic potential that has not been fully exploited optimally. This research aims to empower the people of South Alai Village through tofu product innovation and the development of effective and sustainable e-commerce based digital marketing strategies. This program involves improving tofu production skills by introducing new product variations that are more innovative and add value to the market. Apart from that, the community is also trained to utilize e-commerce platforms as a modern and relevant marketing tool, so that local tofu products can reach a wider market and increase residents' income significantly. The results of this program show a significant increase in the quality of tofu products as well as the community's ability to use digital technology to market these tofu products. Thus, it is hoped that this empowerment can be sustainable and become an innovation for other villages in developing local potential through community-based innovation and technology.

Keywords: Innovation, Marketing, E-Commerce.

ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian komunitas lokal, terutama di desa-desa yang memiliki potensi ekonomi yang belum sepenuhnya tergarap secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Alai Selatan melalui inovasi produk tahu dan pengembangan strategi pemasaran digital berbasis e-commerce yang efektif dan berkelanjutan. Program ini melibatkan peningkatan keterampilan produksi tahu dengan memperkenalkan variasi produk baru yang lebih inovatif dan bernilai tambah bagi pasar. Selain itu, masyarakat juga dilatih untuk memanfaatkan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran yang modern dan relevan, sehingga produk tahu lokal dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan warga secara signifikan. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kualitas produk tahu serta kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran produk tahu tersebut. Dengan demikian, pemberdayaan ini diharapkan dapat berkelanjutan dan menjadi inovasi bagi desa-desa lain dalam mengembangkan potensi lokal melalui inovasi dan teknologi yang berbasis komunitas.

Kata Kunci: Inovasi, Pemasaran, E-Commerce.

1. Pendahuluan

Di wilayah Desa Selatan Alai, potensi pemberdayaan masyarakat melalui produksi tahu menghadirkan peluang yang signifikan untuk membina masa depan yang sejahtera. Tahu, yang diakui sebagai produk makanan yang dikonsumsi secara luas dan memiliki sumber protein

yang tinggi dapat dipasarkan secara efektif melalui saluran e-commerce (Prabhakaran et.al., 2020). Inisiatif ini melampaui penjualan tahu serta berusaha untuk menumbuhkan identitas desa sebagai supplier barang olahan berkualitas tinggi dan menjadi desa mandiri. Desa mandiri adalah desa dengan kemampuan dapat mengolah sumber daya yang ada secara mandiri tanpa menggantungkan pihak lain (Sutoro, 2018). Melalui pemahaman pasar yang luas, penduduk lokal dapat meningkatkan pendapatan mereka dengan berinovasi dalam produksi tahu dan menggunakan strategi pemasaran digital (Amriana, et. al., 2021). Pemasaran digital yaitu proses pemasaran melalui media digital yang mana menggunakan jaringan internet (Sufiyan, 2017).

Inovasi bagi bisnis UMKM merupakan hal yang penting, karena inovasi merupakan suatu perubahan baru yang akan mengarah pada perbaikan. UMKM sendiri memiliki dampak yang cukup besar seperti menyerap tenaga kerja, serta meratakan tingkat perekonomian (Anggraini, et. al., 2022). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) itu termasuk energi untuk mendorong keterdepanan dalam pembangunan ekonomi (Afriani 2016). Kategori inovasi mencakup dalam sistem bisnis, usaha, produk, layanan dan model bisnis (Khin et al., 2022). Inovasi memiliki tujuan yaitu untuk memecahkan permasalahan tertentu. Dengan demikian, inovasi dikatakan juga bersifat subyektif dan spesifik dikarenakan berinovasi nantinya akan dikombinasikan dengan teknologi sehingga mampu menghasilkan solusi bagi permasalahan kehidupan manusia (Sudiantini, et. al., 2023). Oleh karena itu, pengembangan inovasi dalam pengolahan tahu di Desa Alai Selatan menjadi sangat penting sehingga mampu meningkatkan nilai tambah produk tahu, membuka peluang pasar baru, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Hal tersebut tidak terlepas dari adanya kemajuan teknologi digital seperti e-commerce.

Pertemuan antara praktik tradisional dan teknologi modern di Desa Alai Selatan telah membuka jalan baru untuk pemberdayaan masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Dengan demikian diperlukan adanya metode pemasaran menggunakan e-commerce agar dapat menjangkau konsumen secara luas (Emilda, et. al., 2022). Penelitian ini mengeksplorasi potensi transformasi inovasi produk tahu dan pemasaran digital berbasis e-commerce dalam komunitas desa Alai Selatan. Desa Alai Selatan, yang kaya akan warisan budaya dan sumber daya pertanian, menggabungkan tradisi dan peluang dalam kesehariannya. Dengan mengembangkan metode produksi tahu yang inovatif dan diversifikasi produk, komunitas Alai Selatan dapat meningkatkan ekonomi lokal sambil mempertahankan identitas budaya mereka. Tren pemasaran global beralih dari tradisional (luring) ke digital (during). Pemasaran digital dianggap menjanjikan karena calon customer bisa mendapatkan segala macam informasi tentang produk dan penawaran melalui jejaring internet (Rachmawati, 2018). Adapun cara menumbuhkan suatu produktivitas pada instansi yaitu dengan memanfaatkan berbagai teknologi yang ada dimasa sekarang (Setiawan et al. 2023).

Transformasi ini sangat penting, karena tidak hanya menciptakan jalan baru untuk meningkatkan pendapatan individu dan meningkatkan kualitas hidup tetapi juga memperluas aksesibilitas pasar melalui pemasaran digital dan inisiatif e-commerce (Pradiani, 2017). Dengan memanfaatkan platform digital, produsen lokal dapat dengan mahir mempromosikan penawaran mereka dan melibatkan konsumen di luar batas geografis (Robi Sopandi, 2022). Strategi ini tidak hanya memperkuat visibilitas produk tahu tetapi juga menambah kemungkinan pasar bagi petani dan pengrajin di desa. Oleh sebab itu, para wirausaha diharapkan selalu mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dan *going concern*. (Wulandari, Pratiwi, and Faza 2022).

Jurnal ini bercita-cita untuk menerangi lintasan komunitas Desa Alai Selatan saat menavigasi tantangan dan prospek yang melekat dalam pendekatan inovatif ini. Melalui analisis yang cermat tentang keterlibatan masyarakat, pengembangan produk, dan strategi pemasaran digital, kami bertujuan untuk menunjukkan bagaimana pemberdayaan melalui

kewirausahaan dapat mengkatalisasi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan memperkuat kohesi sosial (Putra, 2022). Dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi berbasis masyarakat merupakan aspek yang terpenting dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dan inklusif (Afriyani, et. al., 2024). Dengan mendokumentasikan proses ini, diantisipasi bahwa wawasan berharga akan diberikan bagi masyarakat pedesaan lainnya yang ingin memanfaatkan inovasi dan teknologi untuk kemajuan mereka, di samping menawarkan inspirasi dan kerangka kerja yang dapat direplikasi di berbagai wilayah untuk mencapai kemajuan serupa.

Berdasarkan observasi, pabrik tahu yang ada di Desa Alai mengolah dan menghasilkan bermacam tahu seperti tahu putih, tahu kuning, dan tahu goreng atau masyarakat sekitar mengenalnya dengan sebutan tahu pong (tahu kopong). Namun, pemanfaatan olahan tahu di desa ini kurang maksimal. Terbukti dari hasil produksi pabrik yang hanya dimanfaatkan menjadi bahan jadi yaitu hanya berupa tahu yang langsung dikonsumsi, tanpa melakukan keterbaruan serta belum adanya pengembangan produk sampingan berbahan tahu. Hal ini disebabkan kurangnya inovasi pengetahuan serta sumber informasi tentang cara lain untuk mengelola tahu, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang teknologi e-commerce, rendahnya kualitas produk tahu yang dihasilkan, serta tantangan dalam pemasaran secara online. Di wilayah Desa Selatan Alai, potensi pemberdayaan masyarakat melalui produksi tahu menghadirkan peluang yang signifikan untuk membina masa depan yang sejahtera. Tahu, yang diakui sebagai produk makanan yang dikonsumsi secara luas dan memiliki sumber protein yang tinggi dapat dipasarkan secara efektif melalui saluran e-commerce (Prabhakaran et.al., 2020). Inisiatif ini melampaui penjualan tahu serta berusaha untuk menumbuhkan identitas desa sebagai supplier barang olahan berkualitas tinggi dan menjadi desa mandiri. Desa mandiri adalah desa dengan kemampuan dapat mengolah sumber daya yang ada secara mandiri tanpa menggantungkan pihak lain (Sutoro, 2018). Melalui pemahaman pasar yang luas, penduduk lokal dapat meningkatkan pendapatan mereka dengan berinovasi dalam produksi tahu dan menggunakan strategi pemasaran digital (Amriana, et. al., 2021). Pemasaran digital yaitu proses pemasaran melalui media digital yang mana menggunakan jaringan internet (Sufiyan, 2017).

Inovasi bagi bisnis UMKM merupakan hal yang penting, karena inovasi merupakan suatu perubahan baru yang akan mengarah pada perbaikan. UMKM sendiri memiliki dampak yang cukup besar seperti menyerap tenaga kerja, serta meratakan tingkat perekonomian (Anggraini, et. al., 2022). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) itu termasuk energi untuk mendorong keterdepanan dalam pembangunan ekonomi (Afriani 2016). Kategori inovasi mencakup dalam sistem bisnis, usaha, produk, layanan dan model bisnis (Khin et al., 2022). Inovasi memiliki tujuan yaitu untuk memecahkan permasalahan tertentu. Dengan demikian, inovasi dikatakan juga bersifat subyektif dan spesifik dikarenakan berinovasi nantinya akan dikombinasikan dengan teknologi sehingga mampu menghasilkan solusi bagi permasalahan kehidupan manusia (Sudiantini, et. al., 2023). Oleh karena itu, pengembangan inovasi dalam pengolahan tahu di Desa Alai Selatan menjadi sangat penting sehingga mampu meningkatkan nilai tambah produk tahu, membuka peluang pasar baru, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Hal tersebut tidak terlepas dari adanya kemajuan teknologi digital seperti e-commerce.

Pertemuan antara praktik tradisional dan teknologi modern di Desa Alai Selatan telah membuka jalan baru untuk pemberdayaan masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Dengan demikian diperlukan adanya metode pemasaran menggunakan e-commerce agar dapat menjangkau konsumen secara luas (Emilda, et. al., 2022). Penelitian ini mengeksplorasi potensi transformasi inovasi produk tahu dan pemasaran digital berbasis e-commerce dalam komunitas desa Alai Selatan. Desa Alai Selatan, yang kaya akan warisan budaya dan sumber daya pertanian, menggabungkan tradisi dan peluang dalam kesehariannya. Dengan

mengembangkan metode produksi tahu yang inovatif dan diversifikasi produk, komunitas Alai Selatan dapat meningkatkan ekonomi lokal sambil mempertahankan identitas budaya mereka. Tren pemasaran global beralih dari tradisional (luring) ke digital (during). Pemasaran digital dianggap menjanjikan karena calon customer bisa mendapatkan segala macam informasi tentang produk dan penawaran melalui jejaring internet (Rachmawati, 2018). Adapun cara menumbuhkan suatu produktivitas pada instansi yaitu dengan memanfaatkan berbagai teknologi yang ada dimasa sekarang (Setiawan et al. 2023).

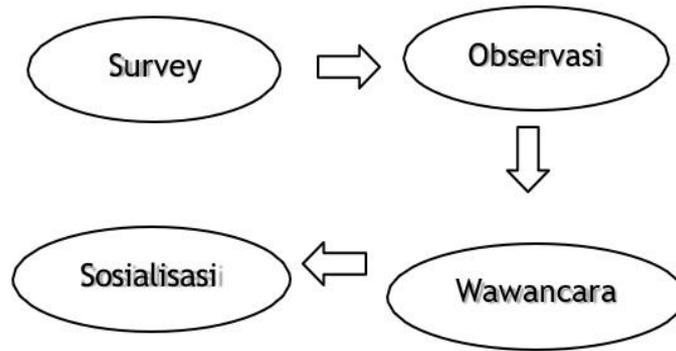
Transformasi ini sangat penting, karena tidak hanya menciptakan jalan baru untuk meningkatkan pendapatan individu dan meningkatkan kualitas hidup tetapi juga memperluas aksesibilitas pasar melalui pemasaran digital dan inisiatif e-commerce (Pradiani, 2017). Dengan memanfaatkan platform digital, produsen lokal dapat dengan mahir mempromosikan penawaran mereka dan melibatkan konsumen di luar batas geografis (Robi Sopandi, 2022). Strategi ini tidak hanya memperkuat visibilitas produk tahu tetapi juga menambah kemungkinan pasar bagi petani dan pengrajin di desa. Oleh sebab itu, para wirausaha diharapkan selalu mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dan *going concern*. (Wulandari, Pratiwi, and Faza 2022).

Jurnal ini bercita-cita untuk menerangi lintasan komunitas Desa Alai Selatan saat menavigasi tantangan dan prospek yang melekat dalam pendekatan inovatif ini. Melalui analisis yang cermat tentang keterlibatan masyarakat, pengembangan produk, dan strategi pemasaran digital, kami bertujuan untuk menunjukkan bagaimana pemberdayaan melalui kewirausahaan dapat mengkatalisasi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan memperkuat kohesi sosial (Putra, 2022). Dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi berbasis masyarakat merupakan aspek yang terpenting dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dan inklusif (Afriyani, et. al., 2024). Dengan mendokumentasikan proses ini, diantisipasi bahwa wawasan berharga akan diberikan bagi masyarakat pedesaan lainnya yang ingin memanfaatkan inovasi dan teknologi untuk kemajuan mereka, di samping menawarkan inspirasi dan kerangka kerja yang dapat direplikasi di berbagai wilayah untuk mencapai kemajuan serupa.

Berdasarkan observasi, pabrik tahu yang ada di Desa Alai mengelola dan menghasilkan bermacam tahu seperti tahu putih, tahu kuning, dan tahu goreng atau masyarakat sekitar mengenalnya dengan sebutan tahu pong (tahu kopong). Namun, pemanfaatan olahan tahu di desa ini kurang maksimal. Terbukti dari hasil produksi pabrik yang hanya dimanfaatkan menjadi bahan jadi yaitu hanya berupa tahu yang langsung dikonsumsi, tanpa melakukan keterbaruan serta belum adanya pengembangan produk sampingan berbahan tahu. Hal ini disebabkan kurangnya inovasi pengetahuan serta sumber informasi tentang cara lain untuk mengelola tahu, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang teknologi e-commerce, rendahnya kualitas produk tahu yang dihasilkan, serta tantangan dalam pemasaran secara online

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Desa Alai Selatan, dalam rangka memanfaatkan salah satu Unit Usaha Kecil Mikro dan Menengah yang bertepatan pada Desa Alai Selatan yaitu Pabrik Tahu. Metode pendekatan yang dilakukan dengan memberikan edukasi dan pengetahuan tentang bagaimana mengembangkan produk tahu dengan inovasi terbaru serta cara memasarkan produk menggunakan E-commerce. Dalam pelaksanaan kegiatan ini ada beberapa tahapan:



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan terdiri dari empat alur bisa terlihat pada gambar 1. Alur pertama tim mensurvey mengamati secara langsung kondisi dan potensial masyarakat sasaran.

Tahapan kedua yaitu observasi, dimana tim melakukan observasi langsung ke pabrik tahu, untuk meneliti dan mengumpulkan bermacam informasi yang diperlukan, agar penelitian ini realistis dan fakta terhadap apa yang terjadi dalam lapangan.

Tahapan ketiga yaitu interview yang dilakukan untuk memahami kondisi sebenarnya secara lebih spesifik dengan bertukar pikiran bersama kepala desa Alai Selatan serta dengan *owner* pabrik tahu (UMKM) di desa Alai Selatan.

Selanjutnya tahapan ke empat yaitu melakukan sosialisasi selama 3 hari, memberikan edukasi serta pelatihan kepada masyarakat Desa Alai Selatan dengan pembuatan produk olahan tahu menjadi keripik tahu dan memasarkan produk tersebut menggunakan E-commerce

3. Hasil Pelaksanaan

Inisiatif pengabdian masyarakat yang dijalankan pada Desa Alai Selatan berlangsung selama tiga hari, khususnya dari Senin hingga Rabu, berlangsung antara tanggal 29 dan 31 Juli 2024, dan

dilaksanakan secara sistematis, efektif, dan mulus. Inisiatif ini mengumpulkan partisipasi dari seluruh anggota Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal bersama beberapa perwakilan dari badan administrasi desa. Upaya ini merupakan komponen dari kerangka Tri Dharma College, yang wajib bagi semua siswa, mencakup domain pendidikan, penelitian ilmiah, dan keterlibatan masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan pengenalan formal tim pelaksana dan artikulasi tujuan dan tujuan program pelayanan ini. Selanjutnya, inisiatif ini berlanjut ke penyediaan pelatihan yang berfokus pada inovasi produk tahu, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan Kripik Tahu Rock, diikuti dengan instruksi strategi pemasaran digital yang berakar pada e-commerce. Pelatihan yang diberikan dilakukan atas pertimbangan analisis dari kebutuhan serta potensi yang ada di Desa Alai Selatan (Lazuarni, Putri, and Asharie 2023). Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan skill UMKM dalam produksi dan pemasaran produk khas mereka secara lebih efisien, sehingga meningkatkan daya saing produk dan pendapatan masyarakat.

Hasil yang diantisipasi dari keterlibatan pengabdian masyarakat ini meliputi:

1. Antusiasme dan Keterlibatan Peserta Aktif Peserta menunjukkan antusiasme yang terpuji dan keterlibatan aktif di seluruh kegiatan pengabdian masyarakat. Mereka menunjukkan minat yang nyata dalam memperoleh teknik baru untuk persiapan Tahu Rock Crisps, serta dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk.
2. Kemajuan Pengetahuan dan Keterampilan Penilaian pasca-pelatihan menunjukkan bahwa peserta memerlukan pengetahuan tambahan yang berkaitan dengan metodologi

pemrosesan produk yang unggul dan teknik pemasaran digital. Pelatihan dilakukan melalui metodologi pengalaman pembelajaran, dilengkapi dengan sesi tanya jawab interaktif untuk memfasilitasi pemahaman di antara peserta. Selain itu, tim layanan menyediakan modul pelatihan komprehensif yang berfungsi sebagai acuan bagi peserta mengikuti kesimpulan kegiatan.

Melalui pelatihan yang diberikan, tim layanan mengamati bahwa beberapa peserta mengalami kesulitan dalam penerapan teknik-teknik baru, terutama menyangkut pemanfaatan platform e-commerce untuk pemasaran produk. Sebagian peserta menunjukkan ketidakakraban dengan teknologi digital, memerlukan dukungan instruksional yang lebih terkonsentrasi. Sebagai tanggapan, tim layanan melembagakan pendampingan individual untuk peserta yang membutuhkan bantuan, untuk menjamin kemahiran mereka dalam mengoperasikan alat dan platform digital.

Untuk memudahkan penerapan pengetahuan yang diperoleh tim layanan mengembangkan modul panduan yang mencakup prosedur dasar pembuatan Tahu Rock Kripik, serta petunjuk penggunaan platform e-commerce dan media sosial untuk tujuan pemasaran. Modul ini selanjutnya terdiri dari rekomendasi praktis untuk menangkap gambar produk, menyusun konten deskriptif, dan menetapkan strategi penetapan harga yang kompetitif.

Adapun eksternalitas yang telah direalisasikan dari upaya altruistik ini, sebagai berikut:

1. Peningkatan Pemahaman dan Kompetensi

Peserta menunjukkan peningkatan penting dalam pemahaman dan kompetensi mereka yang berkaitan dengan pemrosesan produk pengetahuan dan pemasaran digital produk ini. Namun demikian, bimbingan berkelanjutan tetap penting untuk memfasilitasi pelaksanaan strategi pemasaran mereka yang lebih mulus dan efektif.

2. Instruksi Peningkatan

Dengan mengunjungi desa pada 15 Agustus 2024, untuk menilai kemajuan peserta dan untuk memberikan bimbingan tambahan. Selain itu, tim mempertahankan jalur komunikasi terbuka melalui saluran telepon dan media lainnya untuk menjawab pertanyaan atau membantu peserta yang menghadapi tantangan terus-menerus.

Singkatnya, inisiatif pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mengembangkan skill UMKM di Desa Alai Selatan dalam pengembangan produk berbasis tofu dan pemasaran produk tersebut melalui platform digital. Meskipun tantangan tertentu tetap ada, hasil yang dicapai menunjukkan bahwa program ini berkhasiat dalam memberdayakan masyarakat lokal dan menghasilkan pengaruh positif pada peningkatan ekonomi lokal.



Gambar 1. Melakukan Survey Observasi dan Wawancara di Pabrik Tahu Desa Alai Selatan

(Sumber. Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2. Produk tahu yang dihasilkan oleh Pabrik Tahu Desa Alai Seletan
(Sumber. Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. Sosialisasi Yang dilakukan selama 3 hari di Desa Alai Seletan
(Sumber. Dokumentasi Pribadi)

4. Penutup

Berdasarkan hasil survei dan observasi yang dilakukan di Desa Alai Seletan, diketahui bahwa desa ini memiliki potensi yang signifikan. Potensi ini sudah berkembang menjadi sebuah inovasi yang berhasil, namun hasilnya masih terbatas pada omset yang sudah ada. Meskipun demikian, potensi ini sebenarnya dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan omset lebih banyak lagi. Dengan strategi yang tepat dan pengembangan lebih lanjut, inovasi pada Desa Alai Seletan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan berdampak positif bagi perekonomian desa.

Di Desa Alai Seletan, terdapat masalah yang cukup signifikan, yaitu mayoritas penduduknya memiliki sumber pendapatan yang terbatas. Hal ini berarti sebagian besar warga desa bergantung pada beberapa sumber penghasilan yang kurang bervariasi atau mungkin tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Keterbatasan ini dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sehingga perlu ada upaya untuk memperluas atau mengembangkan sumber-sumber pendapatan yang lebih beragam dan berkelanjutan di desa tersebut.

Kesimpulannya, Desa Alai Seletan memiliki potensi yang signifikan yang telah berhasil dikembangkan menjadi inovasi, namun hasilnya masih terbatas pada omset yang ada saat ini. Potensi ini sebenarnya dapat dimaksimalkan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan memberikan dampak positif bagi perekonomian desa. Namun, tantangan utama

yang dihadapi desa ini adalah keterbatasan sumber pendapatan mayoritas penduduk, yang menghambat peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengembangkan sumber-sumber pendapatan yang lebih beragam dan berkelanjutan guna mengatasi masalah ini dan mendukung perkembangan ekonomi desa secara keseluruhan.

Saran

Untuk memaksimalkan potensi Desa Alai Selatan dan mengatasi keterbatasan sumber pendapatan mayoritas penduduk, terdapat saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan Usaha Lokal: Mendorong pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di desa dengan memberi pembinaan atau latihan dalam berwirausaha, akses permodalan, serta pemasaran yang lebih luas. Ini bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan mengembangkan diversifikasi sumber penghasilan masyarakat.
2. Pengolahan Produk Lokal: Mengembangkan industri pengolahan produk lokal yang dapat memberikan nilai tambah pada hasil pertanian atau kerajinan yang sudah ada. Misalnya, mengolah hasil pertanian membentuk produk olahan yang bernilai jual jauh lebih tinggi.
3. Pemberdayaan Sumber Daya Alam: Menggunakan kekayaan alam yang ada di desa secara berkelanjutan untuk menciptakan produk atau layanan yang unik dan dapat dipasarkan, dalam di tingkat lokal serta nasional.
4. Kerjasama dengan Pihak Eksternal: Menggandeng investor atau bermitra dengan pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), atau perusahaan untuk mengembangkan potensi ekonomi desa melalui program-program pemberdayaan yang berkelanjutan.
5. Pelatihan dan Pendidikan: Menyediakan pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka, sehingga mereka dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan ekonomi yang lebih menguntungkan.
6. Diversifikasi Sumber Pendapatan: Mendorong masyarakat untuk tidak hanya bergantung pada satu sumber pendapatan, tetapi mencoba mengembangkan beberapa usaha atau kegiatan ekonomi yang berbeda, seperti pariwisata, peternakan, atau perikanan.
7. Dengan langkah-langkah ini, Desa Alai Selatan dapat mengoptimalkan potensinya, meningkatkan omset yang dihasilkan, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terimakasih yang begitu besar kepada Universitas Indo Global Mandiri atas *support* dan kerja sama yang telah diberikan semasa pelaksanaan penelitian dan pengabdian kepada warga di Desa Alai Selatan. Kolaborasi ini telah memberikan andil yang signifikan dalam pertumbuhan UMKM di desa tersebut. Terima kasih sangat banyak kami ucapkan untuk seluruh warga dan perangkat Desa Alai Selatan yang telah dengan antusias dan penuh keterbukaan menerima program ini. Partisipasi aktif dan dukungan yang diberikan telah memungkinkan kami untuk mencapai hasil yang bermanfaat bagi kemajuan desa.

Daftar Pustaka

- Amriana, A., Munir, M., & Cholil, C. (2021). Pengkondisian Cara Belajar Anak-Anak TK melalui Teori Belajar Sosial dengan Teknik Modelling. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 11(2), 160–175.
- Khin, S., Ahmad, N. H., & Ramayah, T. (2022). Product innovation among ICT technopreneurs in Malaysia. *Business Strategy Series*, 11(6), 397-406. doi: 10.1108/17515631011093106.
- Prabhakaran, M. P., Perera, C. O., Valiyaveetil, S., (2020). Effect of Different Coagulants on

- the Isoflavone Levels and Physical Properties of Prepared Firm Tofu. *Food Chemistry*. 99, pp. 492–499.
- Pradiani, T. (2017). *jurnal.stie.asia.ac.id*. Pengaruh sistem Pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan, 46-53.
- Putra, A. (2022). Strategi Digital Marketing untuk meningkatkan pemasaran UMKM di kelurahan Turi Kota Blitar, 7-10.
- Rachmawati, F. (2018). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Pahlawan Ekonomi Surabaya.
- Robi Sopandi 1, M. L. (2022). Pengenalan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Sumber Daya Manusia Kepada Panti Asuhan Anak Yatim Piatu Rumah Harapan.
- Sudiantini et al. (2023). Transformasi Digital: Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*. 1, 3 (May 2023), 21–30.
- Sudiantini, et. al. (2023). Inovasi dalam Manajemen Pemasaran dan Menjaga Relevan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen: Vol 1, No. 2*.
- Sufian, S. (2017). *Technology And Consumer Relationship Management: A Study Of Indonesian Travel Agencies*.
- Sutoro. E. (2018) *Republik Desa: Kemandirian, Kerakyatan dan Kemakmuran*. ICOGLASS. Universitas Sam Ratulangi.
- Anggraini, Leriza Desitama, Faradillah, Winne Rosalina. 2022. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM Pada Pelaku Usaha Clothing Line. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2).
- Afriani, F. 2016. "Peluang Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dalam Ekonomi Indonesia." *Ekonomica Sharia* 1(2): 13–32. <https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esh/article/view/81>.
- Lazuarni, Shafiera, Andini Utari Putri, and Asmawati Asharie. 2023. "Pelatihan Pembuatan Citrus Dishwash Sebagai Peluang Wirausaha Rumah Tangga Di Desa Alai Selatan, Kecamatan Lembak." *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 7(3): 616–23. doi:10.31849/dinamisia.v7i3.13506.
- Setiawan, Robi, Fauziah Afriyani, Vhika Meiriasari, and Mutiara Kemala Ratu. 2023. "Meningkatkan Omset Penjualan Umkm Di Desa Alai Selatan Kabupaten Muara Enim Melalui Pelatihan Strategi Pengembangan Sdm." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 7(3): 2097. doi:10.31764/jpmb.v7i3.17275.
- Wulandari, Try, Mariska Putri Pratiwi, and Sulthan Faza. 2022. "Pelatihan Digital Imaging Untuk Design Product Guna Meningkatkan Nilai Jual Produk." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 6(3): 1170. doi:10.31764/jpmb.v6i3.9703.
- Afriyani, Fauziah, Terttiaavini, Tedi Setiawan Saputra, Lesfandra. 2024. Pelatihan Pembuatan Pemppek Untuk Meningkatkan Keterampilan dan Penggerak Ekonomi Berbasis Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 4 No. 2*.
- Emilda, Try Wulandari, Shafiera Lazuarni. 2022. Pendampingan UMKM Penjualan Jamu dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Kemasan, Merek, dan Label. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol 5 No. 1*.