



Artikel ini terdapat di <http://journal.uim.ac.id/index.php/darmabakti>

DARMABAKTI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Pendampingan Usaha Milkshake Sinom dan Kripik Sangrai di Desa Tambung Pamekasan dalam Rangka Penguatan Ekonomi Perempuan Mandiri

Wadhan^{1,*}, Achmad Bayquni¹, Sakinah¹

¹FEBI UIN Madura

Alamat e-mail: wadhan@iainmadura.ac.id

Informasi Artikel

Kata Kunci :

Packing
Labeling
Digitalisasi
Industri Rumahan

Keyword :

Packaging
labelling
Digitalization
home industry

Abstrak

Perkembangan ekonomi masyarakat, khususnya pada aspek ekonomi perempuan, keluarga, dan desa, menunjukkan peningkatan signifikan dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Di Desa Tambung, hal ini terlihat dari berkembangnya UMKM, terutama di sektor kuliner seperti milkshake sinom dan kripik sangrai, yang mencerminkan kreativitas dalam memanfaatkan potensi lokal dan memperkuat kemandirian desa. Untuk meningkatkan daya saing, pelaku usaha mulai menerapkan kemasan dan pelabelan yang menarik dan informatif, sehingga mampu meningkatkan minat konsumen dan memperluas pasar. Selain itu, pemasaran online menjadi peluang penting di era digital, sehingga UMKM dituntut untuk terus berinovasi sesuai kebutuhan konsumen. Pendekatan Asset Based Community-driven Development digunakan untuk mengembangkan potensi masyarakat. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM dibekali keterampilan dalam pengemasan, pelabelan, serta pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Hasilnya, pelaku UMKM menjadi lebih percaya diri, dengan beberapa mengalami peningkatan penjualan. Kegiatan ini berdampak pada meningkatnya keterampilan, kesadaran akan pentingnya inovasi, serta mendorong terwujudnya Desa Tambung sebagai desa yang mandiri dan berdaya saing di era digital.

Abstract

The development of the community economy, particularly in the areas of women's, family, and rural economies, has shown significant progress and supports national economic growth. In Tambung Village, this is reflected in the growth of MSMEs, especially in the culinary sector, such as milkshake sinom and roasted chips, which demonstrate creativity in utilizing local potential and strengthening village independence. To enhance competitiveness, business actors have begun implementing attractive and informative packaging and labeling, which help increase consumer interest and expand market reach. In addition, online marketing has become an important opportunity in the digital era, requiring MSMEs to continuously innovate according to consumer needs. The Asset-Based Community-Driven Development approach is used to develop community potential. Through training and mentoring, MSME actors are equipped with skills in packaging, labeling, and digital marketing through social media and marketplaces. As a result, MSME actors have become more confident, with some experiencing increased sales. This initiative has improved skills, raised awareness of the importance of innovation, and encouraged the realization of Tambung Village as an independent and competitive village in the digital era.

1. Pendahuluan

Semakin majunya jaman dan teknologi di era saat ini, maka kita dituntut untuk bekerja keras dan bersungguh-sungguh dalam berusaha untuk memenuhi kehidupan kita yang layak. Menurut beberapa sumber yang terpercaya sepuluh sampai dua puluh tahun kedepan tenaga manusia kurang begitu dipakai dalam dunia kerja digantikan dengan tenaga mesin atau yang disebut dengan *artificial intellectual*. Dengan demikian maka akan menimbulkan beberapa masalah diantaranya bertambahnya tingkat pengangguran, meningkatnya tingkat kriminalitas, dan semakin rendahnya tingkat pendapatan perkapita masyarakat (Peiwen et al., 2025).

Usaha untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sudah banyak dilakukan diantaranya dengan membangun kreativitas dan inovasi masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan, memberikan pendampingan kepada *home industri* yang sudah berjalan dan memberikan stimulus-stimulus yang bisa menggugah gairah masyarakat untuk berwirausaha dalam rangka meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.

Di Desa Tambung Kecamatan Pademawu masyarakatnya sangat beragam ada yang berdagang, bertani, pegawai, berwirausaha dan lainnya. Para perempuan atau ibu-ibu didesa ini selain membantu para suami bertani di ladang atau sawah, mereka juga membantu meningkatkan ekonomi dengan cara membuat olahan Milkshake Sinom dan Keripik Sangrai yang dipasarkan di desa sekitar dan kecamatan Pademawu. Untuk olahan Milkshake Sinom ini banyak digemari oleh masyarakat karena memiliki rasa yang khas memiliki cita rasa yang segar dan lembut. Apalagi, dalam beberapa waktu terakhir cuaca terasa sangat panas sehingga meningkatkan antusiasme masyarakat untuk menikmati segelas Milkshake Sinom.

Adapun keripik sangrai merupakan camilan yang sangat cocok dinikmati pada sore hari ataupun di malam hari sebagai camilan nikmat serta murah meriah. Untuk proses pembeliannya bisa dilakukan secara langsung biasanya dengan cara pesanan melalui media sosial seperti WhatsApp, IG, dan TikTok. Maka ketika ada warga yang mempunyai acara hajatan satu minggu sebelum acara hari H, maka dilakukan pemesanan terlebih dahulu.

Perkembangan dunia ekonomi saat ini telah mengalami pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya menjadi paradigma ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas. Keberadaan Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa maupun kontribusinya dalam menyumbang pendapatan daerah dalam bentuk pajak.

Dapat diketahui bahwa Desa Tambung adalah Desa yang terletak di kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. Mayoritas Desa Tambung berprofesi sebagai petani, tetapi tidak hanya itu di Desa Tambung terdapat banyaknya pelaku UMKM di Desa Tambung membuat desa semakin maju dan berkembang, tetapi disisi lain dengan banyaknya pelaku MKM Desa Tambung memiliki potensi yang cukup besar dalam mengembangkan usaha, namun masih menghadapi keterbatasan dalam aspek pemasaran berbasis daring (online marketing). Sebagian besar pelaku usaha masih menerapkan sistem pemasaran konvensional melalui penjualan langsung di lingkungan sekitar, sehingga jangkauan pasar dan volume penjualan, khususnya produk Milkshake Sinom, belum maksimal. Berdasarkan hasil observasi, rata-rata produksi mencapai 50-70 botol per bulan dengan tingkat penjualan yang fluktuatif dan bergantung pada kondisi cuaca serta permintaan lokal. Permasalahan utama mitra meliputi rendahnya literasi digital, kurangnya

kemampuan dalam pembuatan konten promosi yang menarik, dan belum optimalnya pemanfaatan media sosial serta marketplace sebagai sarana pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan dan pelatihan pemasaran digital yang terarah dan berkelanjutan guna meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, memperluas pangsa pasar, serta mendorong peningkatan daya saing dan pendapatan masyarakat Desa Tambung.

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Desa Tambung dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital agar produk yang dihasilkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Solusi yang diberikan meliputi pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan konten promosi, pengelolaan akun bisnis, serta pemanfaatan marketplace untuk memperluas jaringan pemasaran. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu berinovasi dalam mengembangkan produknya serta membangun citra merek yang menarik dan profesional. Dengan demikian, kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian UMKM Desa Tambung di era digital.

2. Metode Pengabdian

Subjek yang melakukan pengabdian masyarakat ini adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura yang dibantu oleh beberapa mahasiswa yang sedang melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (PKM) di posko 29 desa Tambung kecamatan Pademawu Pamekasan dengan objek penelitian adalah pelaku usaha (UMKM) yang ada di desa Tambung terutama usahanya minuman milkshake sinom dan keripik sangrai. Pendekatan atau metode yang digunakan dalam pengabdian dan pemberdayaan masyarakat ini adalah memilih dan memastikan produk yang akan menjadi produk unggulan di desa

Tambung yakni milkshake sinom dan keripik sangrai yang memiliki tujuan diantaranya bagaimana meningkatkan keterampilan dalam membuat shakemilk sinom dan keripik sangrai, melakukan *packing, labelling and marketing* produk tersebut yang nantinya akan membawa dampak perubahan yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan perempuan mandiri, pendapatan keluarga, dan pendapatan nasional secara umum. Pendekatan ini dikenal dengan pendekatan *Asset Based Community-driven Development* (disingkat ABCD) (Rosyidah, 2019).

Pendekatan ABCD merupakan salah satu dari beberapa pendekatan pemberdayaan masyarakat dengan bertolak pada kekuatan aset dan potensi masyarakat untuk mendorong terwujudnya perubahan social (Ansori, Afandi, Fitriyah, Safriyani, & Farisia, 2021). Pendekatan ini mendorong berbagai bentuk pembangunan yang menempatkan masyarakat sebagai motor penggerak utama (*community driven development*). (Alisah, 2019).

Tahapan pendampingan dalam pengabdian kepada masyarakat:

1. Analisis objek pengabdian.
2. FGD dengan pihak pelaku usaha (UMKM).
3. Menentukan Program Pendampingan/pemberdayaan.
4. Pelaksanaan pendampingan atau pemberdayaan.
 - a. Pemberian materi pentingnya berwirausaha
 - b. Pemberian materi tentang cara packing yang baik
 - c. Pemberian materi tentang cara memberikan label (labelling) yang baik
 - d. Pemberian materi tentang cara memasarkan produk secara offline atau online dengan baik.

Dalam pendekatan ini fasilitator dibantu oleh kepala desa, aparat desa, beberapa

mahasiswa, serta pelaku usaha (UMKM) bermusyawarah menyusun beberapa pertanyaan atau pernyataan terkait dengan bagaimana cara meningkatkan ekonomi perempuan mandiri ini di desa Tambung dengan produk unggulan mereka berupa shakemilk sinom dan keripik sangrai dengan demikian produk unggulan ini tidak hanya bisa dinikmati oleh Masyarakat sekitar Tambung namun bisa dinikmati juga oleh Masyarakat Pamekasan secara umum dan pundi-pundi para pelaku usaha ini terus mengalir sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi Perempuan mandiri, pendapatan perkapita Masyarakat, pendapatan ekonomi nasional secara umum. Dan setelah itu dilanjutkan dengan mengadakan FGD (*forum group discusstion*).

Berdasarkan hasil FGD yang diselenggarakan hari Kamis, tanggal 03 Agustus 2023 di Balai Desa Tambung yang dihadiri oleh fasilitator, pelaku usaha (UMKM), perangkat desa dan beberapa mahasiswa di temukan beberapa hal penting terkait dengan produk unggulan mereka diantaranya; (*pertama*) pada produk unggulan milkshake sinom dan keripik sangrai bahan yang digunakan untuk membungkus (*packing*) masih menggunakan bahan plastik biasa sehingga tampilannya biasa-biasa saja atau bahkan kurang menarik dilihat. (*kedua*), produk unggulannya milkshake dan sinom dan keripik sangrai belum diberikan label (merk) sehingga para pembeli kurang begitu mengenal terhadap produk tersebut. (*ketiga*) dari segi pemasarannya atau marketing masih dari mulut ke mulut artinya proses pemasarannya masih manual atau offline sehingga area pemasaran masih disekitar desa Tambung belum merambah ke tempat lain yang lebih luas.

3. Hasil dan Pembahasan

Pendampingan pengabdian kepada Masyarakat memiliki beberapa tahapan

pelaksanaan dimulai dengan melakukan analisis objek pengabdian, pada tahap ini fasilitator melaksanakan pengamatan yang mendalam tentang objek pengabdian kepada masyarakat yaitu para pelaku usaha (UMKM) yang ada di desa Tambung kecamatan Pademawu. Desa Tambung sendiri banyak memiliki pelaku usaha diantaranya adalah kerajinan dari bahan ban bekas yang dimodifikasi sedemikian rupa menjadi tempat sampah, pande besi yang memproduksi pisau, celurit, dan perlengkapan dapur lainnya. Produk yang dipilih dalam kegiatan ini adalah Milkshake Sinom dan Keripik Sangrai sebagai produk unggulan UMKM Desa Tambung yang bergerak dibidang kuliner yakni milkshake sinom dan keripik sangrai dengan *reasoning* yang sederhana bahwa kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang tidak akan ada matinya dan berkelanjutan terus sehingga produk ini dirasa tepat sekali pilihan kami, apalagi diakhir-akhir ini wilayah Madura pada khususnya sedang dilanda musim panas atau musim kemarau dan milkshake sinom ini merupakan pilihan yang sangat tepat untuk dikonsumsi disiang hari tidak hanya menghilangkan dahaga saja atau penghilang rasa haus milkshake sinom juga memiliki beberapa khasiat seperti sebagai anti peretik atau sebagai penurun demam, melancarkan system pernapasan, melancarkan produksi ASI, mengatasi masuk angin dan perut kembung, mengontrol kadar gula darah dan mengontrol tekanan darah. Sedangkan keripik sangrai ini sangat cocok dikonsumsi sore hari atau malam hari, Karena camilan tidak mengandung minyak melainkan digoreng dengan bahan pasir yang sudah bersih sehingga aman meskipun dikonsumsi di malam hari karena tidak mengandung lemak jenuh yang kurang baik bagi tubuh manusia. Dalam tahap ini sudah dipetakan mengenai masalah-masalah yang dirasakan oleh para pelaku usaha nantinya

proses pendampingan pengabdian kepada masyarakat dapat dilakukan secara tepat.

Pada tahap kedua ini fasilitator, para pelaku usaha, perangkat desa, dan beberapa mahasiswa melaksanakan FGD (forum group discusstion) yang diselenggarakan di Balai Desa Tambung dimulai jam 08.00 pagi hari kamis tanggal 03 agustus 2023 diawali dengan sambutan oleh bapak Moh. Imron selaku Sekretaris Desa yang menekankan pentingnya penguasaan teknologi bagi pelaku usaha lokal. Peserta mendapat pelatihan tentang pembuatan konten promosi, desain kemasan, dan pengelolaan akun bisnis di media sosial serta marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, di mana sekitar 80% peserta sudah mampu membuat konten promosi sendiri dan terjadi peningkatan penjualan hingga 25% setelah pelatihan. Keberhasilan kegiatan ini diukur dari partisipasi peserta, peningkatan keterampilan digital, dan dampak terhadap penjualan produk. Secara umum, kegiatan ini berhasil membantu pelaku UMKM Desa Tambung menjadi lebih mandiri dan kompetitif di era digital.



3.1. Pemberian materi

Setelah acara sambutan yang disampaikan oleh bapak Sekdes diakhiri dengan do'a dan

kemudian dilanjutkan dengan pemberian materi FGD.

- a. Materi pertama ini disampaikan oleh bapak HM. Bashri Asy'ari, MA. tentang "Penting berwirusaha perspektif ekonomi islam" beliau menyampaikan bahwa salah satu dari sepuluh pintu datangnya rezeki adalah dengan cara berdagang atau berwirausaha. Beliau juga mencontohkan zaman dahulu Nabi Muhammad SAW adalah seorang peniaga atau pedagang bahkan berdagangnya tidak hanya dalam satu negara bahkan beliau sampai berdagang ke negeri Syam. Bapak bashri juga menyampaikan dalam kita berusaha haruslah memegang prinsip-prinsip secara syariah misalnya jujur atau Amanah, dalam kenyataannya banyak sekali para pedagang yang tidak Amanah, barang jelek dibilang bagus sama pembeli atau tidak jujur dalam timbangan dalam proses penimbangan barang takarannya dikurangi biar dapat keuntungan itu namanya tidak Amanah atau tidak jujur pada pembeli.
- b. Materi kedua disampaikan oleh Bapak Achmad Tarmidzi Anas, ME. Dalam sesi ini beliau menyampaikan tentang packing, dimana packing ini memiliki tujuan melindungi produk, menarik perhatian, memiliki informasi yang jelas tentang bahan baku yang digunakannya, memiliki manfaat mudah dan praktis sesuai dengan peraturan pemerintah no.86 Tahun 2019 tentang keamanan pangan disebutkan bahwa setiap orang yang memproduksi pangan yang diedarkan wajib menggunakan bahan kemasan yang di izinkan (LOGO TARA PANGAN, DAN KODE DAUR ULANG). Dalam hal labelling atau branding ini sangat penting karena labelling merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam membangun usaha pada era globalisasi ini. Terdapat beberapa kriteria label bahan olahan pangan menurut peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 diantaranya nama produk harus jelas, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, alamat

pihak yang memproduksi, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, masa kedaluwarsa, nomor izin edar (BPOM RI dan P-IRT) inilah yang harus dipenuhi oleh Perusahaan atau pelaku usaha. Dalam hal marketing atau pemasaran harus menentukan pangsa pasar (*market share*) kita siapa, mengetahui kebutuhan konsumen artinya konsumen membutuhkan tidak akan produk yang kita jual, perilaku konsumen ini penting untuk menentukan besarnya produksi terhadap produk kita, menentukan strategi pemasaran ini juga sangat dibutuhkan melihat para pesaing kita (*competitor*) atau *new comer* yang akan membat habis produk kita bila kita tidak bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat.

3.2. Memasarkan produk dengan media sosial

Salah satu cara memasarkan produk yang kita miliki adalah dengan cara promosi. Dimana promosi ini merupakan usaha untuk memberikan informasi dan mempengaruhi serta menjalin hubungan dengan kelompok target anda. Terdapat dua media promosi, yakni secara offline (ikut pameran, pajangan di kota, undian hadiah, penyebaran brosur dll), yang kedua adalah dengan secara online (publikasi medsos, memanfaatkan marker place, atau online shop di media sosial atau market place). Sosial media merupakan sebuah media online yang dapat mendukung hubungan antar individu dengan menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif. Tujuannya adalah untuk memudahkan penggunaannya dalam berinteraksi pesan dalam bentuk jejaring social dan sebagainya. Media sosial juga merupakan suatu hal yang tidak bisa di pungkiri saat ini bahkan di hilangkan dari masyarakat luas terutama Negara Indonesia dengan populasi pengguna media sosial tertinggi peringkat ke 4 di dunia. Media sosial adalah alat baru komunikasi masa kini yang tidak terpaku pada satu teknik komunikasi melainkan dapat di kolaborasikan dengan

banyak fitur lainnya. Media sosial adalah salah satu alat yang dimana seseorang dapat terhubung dengan segala hal dan yang terpenting adalah media social juga sebagai alat berbagi informasi yang cepat. Media social juga membawa dampak yang signifikan untuk keberlangsungan hidup para kaum millenials jaman sekarang, hal ini terjadi karena masyarakat terutama anak muda sekarang telah tumbuh dan sangat terintegrasi dengan perangkat dan situs-situs jaringan sosial yang interaktif.

3.3. Hasil pendampingan

Hasil dari pendampingan pengabdian kepada Masyarakat di desa Tambung kecamatan Pademawu Pamekasan, bahwa para pelaku usaha (UMKM) sudah mampu melakukan pengepakan produk olahannya yakni milkshake sinom dan keripik sangria, dan mampu melakukan pelabelan dengan baik serta memasarkan produk olahannya dengan baik secara offline atau online melalui media sosial berupa Aplikasi Whatapps, Tiktok, dan onlineshop. Adanya pelatifa pendampingan ini diharapkan menambah ilmu yang bermanfaat baik pelaku usaha (UMKM), para perangkat desa dan fasilitator sehingga kemandirian ekonomi terutama ekonomi perempuan tercapai dengan sukses dan menambah pendapatan ekonomi keluarga, ekonomi daerah, dan ekonomi nasional secara umum.



4. Simpulan dan Saran

Desa Tambung memiliki banyak pelaku usaha UMKM yang perlu dikembangkan. Pengembangan UMKM di Desa Tambung bisa menjadi potensi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan perekonomian desa terutama kemandirian ekonomi perempuan. Dalam mengembangkan usaha ini bisa dilakukan dengan menginovasikan produk dari segi varian rasa dan juga dari segi kemasan sehingga menarik banyak konsumen. Selain itu pelaku UMKM juga bisa melakukan pemasaran secara digital sehingga produk yang dihasilkan dikenal masyarakat luas

5. Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih ini kami sampaikan kepada para pelaku usaha (UMKM) desa Tambung, Bapak Kepala desa, Bapak Sekretaris desa dan para perangkat desa Tambung yang telah dengan Ikhlas menyediakan tempat untuk pelaksanaan FGD pendampingan pengabdian kepada masyarakat, kepada nara sumber yang telah meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu dan sharing pengalaman dalam acara FGD ini, yang terakhir kepada seluruh mahasiswa program KPM Posko 28 dan 29 Desa Tambung tahun 2023 FEBI IAIN Madura yang telah bersama untuk membantu terselenggaranya acara ini dengan baik.

6. Daftar Pustaka

- Alamsyah, Habib. *Sosialisasi Pengembangan Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri*, Jurnal Pengabdian Mahasiswa, vol.2, No.2.
- Apriatna, Reza. *Meningkatkan Penjualan UMKM Melalui Inovasi Kemasan Pada UMKM di Desa Puspasari*, Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa, vol.2, No.1.
- Darwanto. *Peningkatan daya saing UMKM berbasis inovasi dan kreativitas (strategi penguatan properti right terhadap inovasi dan kreativitas*. *Bisnis dan Ekonomi (JBE)* 20, No. 2.

Febriani, Nufian S dan Wayan Weda Asmaa Dewi. *Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press, 2019.

Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020.

Juliana, dkk. *Dasar-dasar Pemasaran*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022.

Nabila, Difa dkk. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: PT. Cita Intrus Selaras, 2020.

Nuramalia dkk, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Oktarini, Riri. *Strategi Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022.

Peiwen, C., Sulaiman, N., & Zhenglong, S. (2025). The Impact of Artificial Intelligence Application on Job Displacement and Creation: A Systematic Review. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, IX(IV), 2495-2517.

<https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.90400185>