



Transformasi Sumber Daya Lokal Menuju Produk Bernilai Jual di Desa Balongwono Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto

Lailatus Sa'adah^{1*}, Ita Rahmawati², Mufidatul A'yun³, Malikha Fitri⁴, Candra Nur Adiputra⁵, Ihsanuddin Aqda⁶

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Indonesia

⁶ Fakultas Teknologi Informasi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Indonesia

DOI: 10.32764/abdimasekon.v7.i1.6276

Article History:

Received: 12 September 2025

Revised: 1 April 2026

Accepted: 12 April 2026

Keywords:

Community Service; Local Resources; Product Transformation.

*Correspondence Address:

lailatus@unwaha.ac.id

Abstract:

Developing local resources into high-value products is an important strategy in improving the economic welfare of rural communities. This study focuses on the transformation of local potential in Balongwono Village, such as the abundant melon harvest that can be processed into melon jam, pickled melon, banana stems into banana stem chips, and spinach into spinach chips. Considering that so far there are many local resources that have not been utilized properly to become products with sales value, in addition, the community still markets their products traditionally. The methods used are lectures through seminars and mentoring of MSMEs and PKK mothers to improve understanding and skills in marketing local products digitally. as well as mentoring the creation of social media accounts. In addition, an evaluation using a questionnaire was conducted regarding the understanding of the transformation of local products into products with sales value. The method used was a lecture combined with evaluation through pretest and posttest to assess the program's effectiveness. Results show a significant increase in the average score of participants from 72.33% before the seminar to 93% after the seminar, indicating the program's success in enhancing the capacity of local entrepreneurs. These findings suggest that community service activities serve as a strategic solution to strengthen the competitiveness of local products and community economic independence.

Abstrak

Pengembangan sumber daya lokal menjadi produk bernilai jual tinggi merupakan strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa. Penelitian ini memfokuskan pada transformasi potensi lokal di Desa Balongwono seperti hasil panen buah melon yang melimpah bisa diolah menjadi Selai melaon, asinan melon,

gedebog pisang menjadi kripik debog pisang, bayam menjadi kripik bayam. Mengingat selama ini banyak terdapat sumberdaya lokal yang belum dimanfaatkan dengan baik untuk menjadi produk yang bernilai jual, disamping itu masyarakat memasarkan produknya masih secara tradisional. Metode yang digunakan adalah ceramah melalui seminar dan pendampingan pelaku UMKM serta ibu-ibu PKK guna meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam memasarkan produk lokal secara digital. serta pendampingan pembuatan akun medsos selain itu dilakukan evaluasi menggunakan kuesioner tentang pemahaman akan transformasi produk lokal menjadi produk nilai jual. Pertanyaan berupa pretest dan posttest untuk mengukur efektivitas program. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan rata-rata nilai peserta dari 72,33% sebelum seminar menjadi 93% setelah seminar, menandakan keberhasilan program ini dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal. Temuan ini mengindikasikan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat dapat menjadi solusi strategis dalam memperkuat daya saing produk lokal dan kemandirian ekonomi masyarakat.

PENDAHULUAN

Pengembangan masyarakat lokal merupakan suatu proses yang bertujuan untuk mencapai kemajuan dibidang sosial maupun ekonomi bagi masyarakat melalui keikutsertaan aktif serta inisiatif masyarakat yang terlibat didalamnya (Susanto et al., 2020). Berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam, sebaiknya memang pemanfaatannya dilakukan oleh masyarakat setempat karena mereka dapat secara mandiri menentukan aturan-aturan yang dijadikan acuan atau disebutnya sebagai upaya *self governance* dalam suatu bentuk institusi lokal (Lisdiana, Purwasih, Puja Kesuma, & Wardani, 2022). Adanya institusi lokal tersebut bertujuan untuk menjaga serta mengatur distribusi penggunaan sumber daya alam tersebut secara bersama-sama. Aturan-aturan tersebut haruslah disepakati bersama dan disertai sanksi bagi anggota yang melanggarnya, sehingga aturan tersebut telah berlaku menjadi norma, nilai, dan pedoman bagi kelompok tersebut. Pembangunan ekonomi lokal merupakan salah satu pendekatan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Pusvisasari, Latipah, Irnawati, & Maspuroh, 2025).

Sumber daya lokal adalah kekayaan alam, dan budaya pada suatu daerah. Potensi sumber daya alam di suatu daerah bergantung pada kondisi geografis, iklim dan bentang alam daerah. Kondisi alam yang berbeda menyebabkan perbedaan potensi lokal pada setiap wilayah. Kekhasan bentang alam, perilaku dan budaya masyarakat setempat dan kesejahteraan masyarakat berbentuk

interaksi yang saling berkaitan. Oleh karena itu, pembangunan dan pengembangan potensi lokal suatu daerah harus memperhatikan ketiga unsur tersebut. Pendampingan potensi produk lokal sangat dibutuhkan untuk mendukung kemandirian ekonomi masyarakat (Rismayani et al., 2023).

Transformasi ekonomi lokal menjadi salah satu strategi kunci dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, terutama di wilayah yang kaya potensi namun masih tertinggal secara sosial dan ekonomi. Transformasi potensi ini menjadi produk olahan dapat mendorong kenaikan nilai jual sekaligus memperkuat ekonomi lokal. Namun optimalisasi pemanfaatan sumber daya lokal sering terkendala oleh kurangnya inovasi, pemasaran yang terbatas, serta rendahnya kapasitas pengelolaan usaha (Susanti et al., 2024).

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara karena pertumbuhannya yang cepat dapat membuka peluang kerja, meningkatkan tingkat produksi masyarakat, dan menghasilkan manfaat bagi komunitas sekitarnya (Septi, Mandiri, Zahara, & Febriyanti, 2025). Pengemasan atau *packaging* juga menjadi salah satu aspek yang kerap diabaikan oleh pelaku UMKM (Sulpia, Fauzi, Komariyuli, & Farhan, 2025). Padahal, dalam dunia perdagangan modern, pengemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga menjadi bagian penting dalam strategi *branding* dan pemasaran (Nasution, Hotami, Yusup, Nurul, & Nuryaningsih, 2025)

Desa Balongwono adalah desa yang mayoritas penduduknya petani, banyak sumber daya lokal belum dimanfaatkan pengolahannya dengan baik, jumlah UMKM juga terbatas karena terbatasnya kreativitas dari masyarakat. Berdasarkan kondisi yang diamati dan permasalahan dari mitra yaitu : 1. Keterbatasan dalam pemanfaatan sumber daya lokal 2. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan tentang *branding* 3. Keterbatasan tentang pemasaran digital. Masyarakat desa Balongwono masih banyak yang menjalankan usaha secara tradisional, hanya fokus pada kebutuhan dasar dan mengabaikan perkembangan inovasi usaha berkelanjutan. Terdapat beberapa kesenjangan kondisi Masyarakat dengan program yang akan dijalankan. Dalam pembangunan berkelanjutan, masyarakat lokal berperan penting sebagai penggerak utama kemandirian ekonomi dan ketahanan sosial (Molejadi & Wijayanti, 2023). Dalam kerangka inilah, kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bentuk kontribusi akademisi dalam memajukan dengan cepat perubahan sosial ekonomi lewat kerja sama dan keterlibatan bersama (Nurjanah,

Yuniawati, & Wahyudin, 2024).

METODE

Seminar ini dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2025, dimana mitra yang diambil adalah pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK di Desa Balonwono, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, dengan jumlah peserta yang hadir 30 orang dari 4 Dusun yang berbeda.

Proses identifikasi melibatkan survei langsung kepada para pelaku UMKM di desa tersebut untuk mengumpulkan data tentang kondisi mereka saat ini, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan terkait *branding* dan promosi. Materi yang disampaikan adalah tentang transformasi sumber daya lokal menjadi produk untuk meningkatkan nilai jual (Muh, Alam, Kalsum, & Sharon, 2025). Seminar ini diawali dengan pemberian *pretest* untuk mengukur kemampuan awal peserta sebelum seminar ini dilaksanakan. Terdapat 10 pertanyaan *pretest* dan *posttest* dengan indikator pengetahuan akan produk lokal dan pemanfaatannya, keinginan untuk membuat produk dari sumber daya lokal yang ada serta pentingnya produk lokal bersaing di pasar. Setelah itu pelaksanaan kegiatan pengabdian menggunakan metode ceramah dan diskusi. Metode ini banyak melibatkan pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK yang merupakan mitra sasaran dalam kegiatan dengan mempelajari situasi serta kondisi desa serta kehidupan yang ada di desa (Muh et al., 2025), keinginan untuk saling berbagi, meningkatkan serta menganalisa pengetahuan dan keterampilan mereka tentang kondisi dan kehidupan setempat yang kemudian membuat suatu rancangan atau rencana kemudian melakukan tindakan atau aksi (Susanti et al., 2024). Setelah materi disampaikan selanjutnya memberikan *post test* kepada peserta sebagai bahan perbandingan hasil efektivitas kegiatan ini sebelum dan sesudah dilaksanakan.

Analisis data dilakukan dengan membandingkan nilai jawaban yang benar dengan jawaban yang salah dari jawaban responden kemudian di prosentasekan. Kriteria nilai yang digunakan yaitu jika nilai <70 dianggap kurang mampu >75 dianggap mampu. Setelah evaluasi kemudian para pelaku UMKM merasa pentingnya *branding* dan promosi, dilakukan pendampingan langsung dengan para UMKM dalam membuat media sosial sebagai promosi sebagai langkah evaluasi yang berkelanjutan yaitu melakukan pendampingan secara berkala dimulai dengan pendampingan membuat desain kemasan dan pendampingan pembuatan akun Shopee salah satunya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan seminar transformasi sumber daya lokal menjadi produk untuk meningkatkan nilai jual kegiatan di Desa Balongwono diadakan pada tanggal 28 Agustus 2025 jam 09.00 pagi para pemilik UMKM dan Ibu-ibu PKK diberi informasi yang cukup menarik terkait transformasi sumber daya lokal menjadi produk untuk meningkatkan nilai jual. Kegiatan ini dilakukan secara *offline*, yaitu bertempat di Aula Balai Desa Balongwono. Peserta yang datang berjumlah 30 orang. Pada kegiatan ini semua peserta antusias mengikuti kegiatan, hal ini terlihat dari banyaknya yang hadir dan bertanya terkait transformasi sumber daya lokal menjadi produk untuk meningkatkan nilai jual.



Gambar 1. Foto bersama dengan Peserta

Peserta seminar sangat antusias mengikuti materi. Sebelum acara dimulai pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK diberikan *pretest* dengan 10 butir pertanyaan dengan indikator pengetahuan akan produk lokal dan pemanfaatannya, keinginan untuk membuat produk dari sumber daya lokal yang ada serta pentingnya produk lokal bersaing di pasar. Hasil *pretest* diperoleh rata-rata nilai akhir sebesar 72,33%. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK Desa Balongwono terhadap transformasi sumber daya lokal menjadi produk untuk meningkatkan nilai jual belum cukup baik. Dari 10 soal yang diberikan, 22 orang tergolong kurang mampu memahami dan 8 orang tergolong mampu.

Selanjutnya, diberikan seminar program kerja pembelajaran kepada pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK Desa Balongwono sebagai mitra. Setelah kegiatan program kerja selesai, Pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK Desa Balongwono sebagai mitra diberi evaluasi berupa *post test*. Hasil *post test* pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK Desa Balongwono sebagai mitra terhadap transformasi sumber daya lokal menjadi produk untuk meningkatkan nilai jual. Dari 10 soal yang diberikan, hanya 2 orang tergolong kurang mampu memahami dan 28 orang tergolong mampu.

Hasil *posttest* menunjukkan rata-rata hasil sebesar 93% dari 10 soal

post test yang diberikan 30 orang peserta. Terdapat peningkatan antara hasil *pretest* dan *post test*. Diperoleh hasil rata-rata sebelum program kerja sebesar 72,33%, dan diperoleh rata-rata setelah pemberian program kerja sebesar 93%, sehingga terjadi peningkatan sebesar 20,67%. Hal ini menunjukkan bahwa program kerja telah efektif dalam memperbaiki pemahaman pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK Desa Balongwono terhadap Transformasi sumber daya lokal menjadi produk untuk meningkatkan nilai jual.

Setelah melakukan seminar, kami menemukan permasalahan pada UMKM dalam hal *branding* dan promosi. Sehingga para UMKM jadi lebih mengerti pentingnya *branding* dan promosi. Langkah konkret yang dilakukan adalah membantu para UMKM membuat desain kemasan dan pembuatan akun Shopee, hal ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pasar melalui platform digital.

a. Pembuatan desain kemasan

Desain kemasan adalah Keberhasilan suatu produk dalam menarik perhatian konsumen tidak dapat dipisahkan dari peran desain kemasan. Kemasan berfungsi sebagai identitas utama yang membedakan produk tertentu dengan produk lain yang serupa. Oleh karena itu, desain kemasan biasanya dirancang semenarik mungkin sekaligus memuat informasi penting, seperti nama produk, alamat produsen, varian rasa, nomor kontak, serta ilustrasi atau gambar produk.

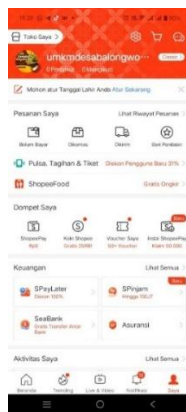


Gambar 2. Logo Dan Kemasan Keripik Bayam dan Keripik Beras

b. Pendaftaran Akun

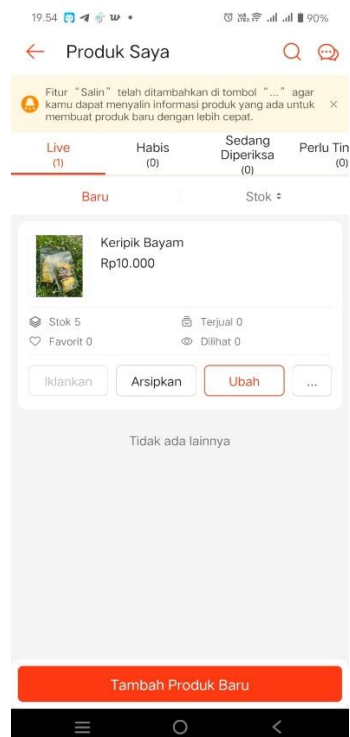
1. Akun Shopee

Seiring dengan pesatnya perkembangan transaksi berbasis internet, masih terdapat berbagai keterbatasan yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi produsen maupun konsumen dalam aktivitas perdagangan daring. Di sisi lain, meningkatnya jumlah pesaing dalam bisnis *online shop* menuntut adanya penerapan strategi komunikasi bisnis yang efektif. Strategi tersebut tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan penjualan, tetapi juga untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara produsen dan konsumen.



Gambar 3. Akun Shopee

2. Mengunggah Produk UMKM yang Baik dan Benar di aplikasi *e-commerce* (Shopee)



Gambar 4. Tampilan Katalog Shopee

Analisis Berkelanjutan Program

Keberlanjutan program pelatihan mengenai branding dan promosi produk menjadi aspek krusial untuk menjamin bahwa dampak positif yang diperoleh pelaku UMKM dapat terus berlanjut serta berkembang meskipun kegiatan telah berakhir. Oleh karena itu, diperlukan analisis terhadap tindak lanjut program pasca pelaksanaan seminar branding dan promosi produk di Desa Balongwono, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pasca pelaksanaan seminar, diharapkan peserta memiliki motivasi untuk berwirausaha serta mampu merancang desain kemasan produk yang lebih menarik.
2. Peserta diharapkan dapat mengoperasikan *marketplace* yang telah dipelajari secara mandiri serta memperluas pangsa pasar melalui pemanfaatan *e-commerce*.
3. Pelaku UMKM diharapkan meningkatkan frekuensi unggahan produk pada *marketplace* serta melakukan pemantauan secara rutin untuk memastikan perkembangan platform dan peningkatan penjualan.
4. Dilakukan monitoring secara berkesinambungan terhadap perkembangan usaha dan penerapan strategi *digital marketing*.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa transformasi sumber daya lokal menjadi produk olahan merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan nilai ekonomi, memperkuat daya saing, sekaligus mendukung keberlanjutan usaha. Langkah ini juga perlu didukung dengan pembuatan label kemasan yang berfungsi sebagai identitas produk. Desain label yang baik dan menarik akan sangat memudahkan konsumen dalam mengenali merek maupun jenis produk tersebut. Selain itu, pengenalan dan pemanfaatan *e-commerce* seperti Shopee untuk memperluas pangsa pasar sudah saatnya dioptimalkan. Penggunaannya yang praktis memungkinkan transaksi dilakukan kapan pun dan di mana pun, sehingga mempermudah konsumen dalam mencari serta membeli produk tanpa harus datang langsung ke toko *offline*.

Sebagai tindak lanjut dari simpulan tersebut, disarankan agar pelaku usaha lebih sering berlatih mendesain label kemasan supaya tampilannya semakin menarik minat pelanggan. Di samping itu, diperlukan pembelajaran yang konsisten terkait pengelolaan *e-commerce* seperti Shopee agar pelaku usaha semakin memahami dan mampu memaksimalkan seluruh fitur yang ada di dalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Lisdiana, A., Purwasih, A., Puja Kesuma, T. A. R., & Wardani, W. (2022). Pendampingan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal di daerah Gisting. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 11. <https://doi.org/10.32332/d.v4i1.4468>
- Molejadi, & Wijayanti, R. (2023). Maksimalkan pemanfaatan sumber daya lokal dalam proses bisnis untuk pengembangan industri Desa Hilir. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(5), 229–237.
- Muh, A., Alam, M., Kalsum, S., & Sharon, U. (2025). Transformasi masyarakat desa: Pengembangan pemasaran dan kemitraan. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 6(1), 50–60. <https://doi.org/10.22219/janayu.v6i1.28136>
- Nasution, A. C., Hotami, U., Yusup, F., Nurul, L., & Nuryaningsih, F. (2025). Transformasi UMKM Desa Panongan dengan meningkatkan daya saing melalui revolusi 3P (produk, pengemasan, dan pemasaran). *Abdi Dharma*, 5(1), 67–82. <https://doi.org/10.31253/ad.v5i1.3623>
- Pusvisasari, L., Latipah, E., Irnawati, W., & Maspuroh. (2025). Transformasi ekonomi lokal dalam peningkatan kondisi sosial masyarakat di Cianjur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 10–17. <https://doi.org/10.70283/jpm.v2i1.61>
- Rismayani, R., Widayanti, B. H., Fitra, F., Ovanda, L. T., Firdaus, M., & Wahyuningsih, S. (2023). Pendampingan pemanfaatan sumber daya lokal untuk meningkatkan ekonomi lokal. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 179–186. <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.19493>
- Septi, I., Mandiri, D. P., Zahara, A. C., & Febriyanti, A. (2025). Transformasi digital dan dampaknya terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Ranca Kalapa. *Abdi Dharma*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.31253/ad.v5i1.3560>
- Sulpia, Y., Fauzi, K., Komariyuli, B., & Farhan, A. (2025). Pelatihan pengolahan dan pengemasan kopi dalam meningkatkan daya saing produk lokal di desa wisata Bukit Tinggi. *Jurnal Transformasi*, 5(2), 133–153.
- Susanti, R., Faye, D. A. P., Putri Dwi, N., Agustin, M., Karolina, A., Mulya, A., ... Lestari, F. A. (2024). Optimalisasi potensi lokal dan digitalisasi UMKM dalam pemberdayaan masyarakat desa. *Journal of Human and Education*, 4(5), 600–611.
- Susanto, B., Hendajany, N., Ratnawati, R. A., Suaesih, A., Hendawati, H., Rachmawati, E., ... Nawangsasi, Y. (2020). Pemanfaatan potensi dan sumber daya lokal untuk peningkatan ekonomi masyarakat Kampung Areng Lembang. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 1(1), 23–29. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v1i1.433>