

**PEMBERDAYAAN PEDAGANG DUREN MELALUI STRATEGI PROMOSI INOVATIF PADA DESA KEKAIT LOMBOK BARAT**

Ibrahim<sup>1</sup>, Agus Kurniawan<sup>1</sup>, Mas’ad<sup>1</sup>, Mintasrihardi<sup>1</sup>, Abdul Wahab<sup>1</sup>, Siti Hasanah<sup>1</sup>, Vera Mendalina<sup>1</sup>, Saharuddin<sup>1</sup>, Agus Herianto<sup>1</sup>, Mahsup<sup>1</sup>, Sintayana Muhandini<sup>1</sup>, Mardiyah Hayati<sup>1</sup>, Febrita Susanti<sup>1</sup>, Muslimin<sup>1</sup>, Ilham<sup>1</sup>, Muhammad Khalis Ilmi<sup>1</sup>, Asma Azizah<sup>2</sup>, Burhanuddin<sup>3</sup>, Muhammad Saleh<sup>3</sup>, M. Sobry<sup>4</sup>, Akhmad Syafruddin<sup>5</sup>, Muhammad Salahuddin<sup>6</sup>, syarifuddin<sup>7</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muhammadiyah Mataram, NTB, Indonesia

<sup>2</sup> universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

<sup>3</sup> Universitas Mataram, NTB, Indonesia

<sup>4</sup> Universitas Islam Negeri Mataram, NTB, Indonesia

<sup>5</sup> Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia

<sup>6</sup> Universitas Samawa, NTB, Indonesia

<sup>7</sup> Kementerian Pendidikan dan kebudayaan, Jakarta, Indonesia

Surel Koresponding Author ; [lbrahimalii.geo@gmail.com](mailto:lbrahimalii.geo@gmail.com)

**INFORMASI ARTIKEL**

**Abstact**



**Article History :**

Dikirim tanggal : 25-12-2023

Revisi Pertama : 26-12-2023

Diterima : 27-12-2023

Tersedia Online : 31-12-2023

Masih rendah ketrampilan pedagang dalam mempromosikan hasil bumi duren. Tujuan dilakukan pengabdian kepada masyarakat khususnya pemberdayaan pedagang duren melalui strategi inovatif pada desa kekait Lombok Barat. Metode yang digunakan adalah sosialisasi pada pedagang. Hasil Pengabdian kepada masyarakat ini diketahui bahwa antusias dari pedagang dalam memperkenalkan media social sebagai media promosi dagangan kepada umum. Keberadaan program ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan hasil penjualan duren dari waktu ke waktu. Kedepan diperlukan event skala nasional dan internasional dengan membuat duren sebagai icon kekait sebagai hasil bumi di tanah Lombok khususnya Desa Kekait Gunung Sari.

**Kata Kunci : Pemberdayaan, pedagang Duren, Promosi, Strategi**

**PENDAHULUAN**

Pertanian menjadi tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk dalam konteks produk pertanian spesifik seperti duren. Duren bukan hanya sebuah buah, tetapi juga mewakili warisan budaya dan potensi ekonomi yang besar. Pedagang duren memegang peran vital dalam rantai pasok produk ini, berperan sebagai penghubung antara petani dan konsumen. Namun, tantangan yang dihadapi oleh pedagang duren tidak dapat diabaikan, terutama dalam hal pemasaran dan promosi produk mereka.

Seiring dengan perubahan pola konsumsi dan dinamika pasar yang semakin kompleks, pedagang duren perlu memperbarui strategi pemasaran mereka agar tetap relevan dan berdaya

saing. Di tengah kebisingan informasi dan persaingan yang ketat, strategi promosi inovatif menjadi kunci untuk meningkatkan visibilitas produk, menarik perhatian konsumen, dan membangun citra merek yang kuat.

Sayangnya, banyak pedagang duren, terutama yang beroperasi dalam skala kecil, mengalami keterbatasan dalam merancang dan melaksanakan strategi promosi yang efektif. Kendala seperti kurangnya pengetahuan tentang teknik pemasaran terkini, akses terbatas terhadap sumber daya teknologi, dan kurangnya pemahaman tentang perilaku konsumen dapat menjadi hambatan signifikan.

Perlu adanya upaya pemberdayaan pedagang duren melalui penerapan strategi promosi inovatif. Dengan demikian, tidak hanya daya saing produk duren yang dapat ditingkatkan, tetapi juga ekonomi lokal yang bisa terstimulasi. Pemberdayaan pedagang duren melalui strategi promosi inovatif diharapkan dapat menciptakan lingkungan usaha yang lebih berkelanjutan, meningkatkan pendapatan pedagang, serta mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor pertanian lokal.

Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat sebagai desa yang kaya dengan sumberdaya alam terutama duren. Tinggi hasil bumi ini, namun masih rendah dalam Tingkat penjualan terutama pada promosi secara meluas pada masyarakat sekitar dan lebih luas pada Kota Mataram dan seluruh NTB. Sehingga menjadi penting kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan terutama berkaitan dengan Pemberdayaan Pedagang Duren Melalui Strategi Promosi Inovatif Pada Desa Kekait Lombok Barat.

## **METODE PENGABDIAN**

Pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 19 November 2023, Tepatnya di Desa Kekait Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah pedagang duren khusus di pasar kekait Desa Kekait Gunung Sari Lombok Barat. Kegiatan ini dihadiri sebanyak 10 orang sasaran. Adapun penggagas dan pemateri kegiatan adalah Dr. Ibrahim, M.Sc. Guna mendukung pelaksanaan kegiatan ini metode yang digunakan adalah sosialisasi. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan diantaranya: 1) Persiapan tim pengabdian, dengan melakukan koordinasi dengan pihak mitra. 2) pelaksanaan, memberikan sosialisasi. 3) evaluasi, berupa feed back terhadap kegiatan tersebut guna memberikan manfaat pada pengabdian dan penelitian di masa akan datang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi pemberdayaan pedagang duren melalui strategi promosi inovatif pada Desa Kekait Lombok Barat telah dilaksanakan sesuai dengan di rencanakan. adapun tahapan kegiatan sebagai berikut.

### Persiapan

Persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan pedagang duren melalui strategi promosi inovatif pada Desa Kekait Lombok Barat (Gambar 1). Persiapan kegiatan dengan koordinasi salah satu pedagang sebagai mitra. Lokasi kegiatan dari kampus mencapai 41,1 Km dengan menggunakan akses sepeda motor dan mobil.



**Gambar 1. Koordinasi pedagang**

Dalam persiapan ke lokasi tim melakukan koordinasi dengan semua pihak diantaranya: berupa fasilitas mobil dan koordinasi dengan pihak pedagang local terutama pedagang asli dari asli desa setempat.

### Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan pemberdayaan melalui sosialisasi ini. Banyak hal memperkenalkan dengan system online saat ini. Mengingat tahun ini banyak duren yang dimiliki pedagang, namun masih terkendala dalam promosi. Hadirnya sosial media yang didukung oleh kekuatan internet saat ini berpotensi mendukung keberhasilan promosi suatu usaha atau produk dengan mudah, cepat dan murah, bahkan tanpa modal sama sekali. Apalagi dengan berbagai sarana beragam internet tools yang ada seperti website, blog, sosial media dan sifatnya yang global, real time dan praktis membuat kegiatan promosi akan lebih maksimal karena jangkauannya yang luas dan hampir tidak terbatas.

Berbagai langkah dilakukan pedagang duren Desa Kekait (Gambar 2) saat ini dengan promosi yaitu dengan system pembayaran COD (Bayar di Tempat). Mengingat ini paling efektif dirasakan oleh pedagang. Mengingat Dalam sistem COD, penjual hanya akan bisa menerima uang dari COD saat pesanan sudah diterima oleh pembeli/pelanggan.

Adapun bentuk pemberdayaan pada pedagang dengan memperkenalkan media social, facebook. Media sosial satu ini masih menjadi pilihan banyak orang untuk menjalin komunikasi dengan rekan dan keluarga. Keberadaan mereka menjadi salah satu alasan mengapa Facebook menjadi media sosial yang banyak dijadikan media promosi online selain di situs bisnis. Penggunaan Facebook sebagai media promosi pun diakui relatif mudah oleh para pemain bisnis online bahkan tidak sedikit dari para pebisnis yang sudah memiliki toko fisik pun memanfaatkan Facebook sebagai media promosi produk.

Gambar 2 . Kegiatan Sosialisasi



Selain Facebook, ada Instagram. Dimana Instagram nampaknya media sosial satu ini sekarang sedang menjadi primadona media bisnis online. Selain karena bisa menampilkan foto produk juga karena caption yang bisa ditulis dengan lebih panjang. Instagram juga mudah diakses dari ponsel cerdas dan sedang menjadi media sosial pendongkrak eksistensi paling tinggi di kalangan anak muda. Inilah kesempatan bagi Anda untuk mempromosikan produk dan bisnis dengan mudah karena calon konsumen pun lebih banyak berkumpul di media sosial ini.

Beberapa tool lainnya adalah market place. Marketplace ini sangat membantu para pebisnis online untuk memiliki halaman toko mereka sendiri dan melakukan aktivitas promo dan pemasaran produk mereka. Tidak jarang para pemilik bisnis yang sudah memiliki toko fisik pun membuat halaman toko mereka di berbagai marketplace guna memperluas jaringan dan mendapatkan lebih banyak konsumen.

Menggunakan media sosial untuk promosi – termasuk melakukan kontak dengan calon konsumen dan konsumen adalah kunci kesuksesan media online dalam memperluas jaringan dan akhirnya memperbesar keuntungan bisnis. Dekatkan diri Anda dengan masyarakat dengan cara menjadi teman bagi mereka, tidak hanya promosi namun juga bagikan informasi terkait dengan bisnis yang menjadi minat konsumen.

Pernyataan ini diperkuat hasil penelitian literasi pemasaran digital bagi masyarakat marginal untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat [1], pemasaran digital dalam

kewirausahaan, [2], Teknologi pemasaran digital untuk branding [3], Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting [4], Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal [5], dan Pemanfaatan Konten Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Konten Interaksi [6].

### **Evaluasi**

Berdasarkan hasil kegiatan pemberdayaan melalui sosialisasi pedagang duren pada Desa Kekait. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan memiliki manfaat besar dalam mempromosi duren yang melimpah ruang ditahun ini. Hasil wawancara mendalam dengan InQ (pedagang duren) menunjukan bahwa adanya pemberdayaan melalui sosialisasi da;am rangka promosi bagi kami pedagang duren terutama memperkenalkan media social dalam mempromosi dagangan kami cukup memberikan manfaat besar dalam meningkatkan hasil usaha.

Pernyataan ini diperkuat hasil penelitian sebelum bahwa Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM)[7], Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Online untuk Pelaku UMKM [8], Aplikasi Media Sosial untuk Pemberdayaan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Ekonomi Digital [9], Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah [10], efektivitas pemanfaatan jejaring sosial (facebook) sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan (Pirmansyah, 2022), Pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan UKM [12], Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN community 2015.(Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf Ri Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat) [13], Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi [14].

### **KESIMPULAN**

Kegiatan pemberdayaan pedagang duren melalui strategi promosi inovatif Pada Desa Kekait Lombok Barat terutama memperkenalkan media soaial memberikan dampak positif dalam meningkatkan hasil penjualan duren dari waktu ke waktu. Kedepan diperlukan event skala nasional dan internasional dengan membuat duren sebagai icon kekait sebagai hasil bumi di tanah Lombok khususnya Desa Kekait Gunung Sari.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] S. Nurhayati, M. I. Fasa, R. Panjaitan, D. Indriyani, and R. M. Fadlyansyah, “Digital Marketing Literacy for Marginalized Society To Improve Society’S Economic Empowerment,” *Pros. ICoISSE*, vol. 1, no. 1, pp. 505–516, 2020.
- [2] S. Sundari and H. D. Lestari, “PEMASARAN DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN,” *WIKUACITYA J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 94–99, 2022, doi: 10.56681/wikuacitya.v1i1.23.

- [3] T. Rohmawati, E. Selvia, E. Monica, R. Welizaro, and H. Saputra, "Teknologi pemasaran digital untuk branding," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 5, no. 3, p. 638, 2021, doi: 10.52362/jisamar.v5i3.479.
- [4] G. Octavia and W. P. Sari, "Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting," *Prologia*, vol. 2, no. 2, p. 339, 2019, doi: 10.24912/pr.v2i2.3598.
- [5] H. F. Mavilinda, A. Nazaruddin, N. Nofiwaty, and L. D. Siregar, "Menjadi 'UMKM Unggul' Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal," *Sricommerce J. Sriwij. Community Serv.*, vol. 2, no. 1, pp. 17–28, 2021, doi: 10.29259/jscs.v2i1.29.
- [6] S. S. Alitriyanti, I. R. Prodi, M. Komunikasi, and I. Komunikasi, "Pemanfaatan Konten Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Konten Interaksi," *Bandung Conf. Ser. Commun. Manag.*, vol. 2, no. 2, pp. 782–786, 2022.
- [7] S. Priambada, "Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM)," *SESINDO 2015*, vol. 2015, 2015.
- [8] A. D. Riyanto and M. F. Noeris, "Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Online untuk Pelaku UMKM di Cilacap," *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabd. Kpd. Masyarakat)*, vol. 2, no. 2, pp. 53–57, 2018.
- [9] K. Srirejeki, "Aplikasi Media Sosial untuk Pemberdayaan USAha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Ekonomi Digital," *Masy. Telemat. Dan Inf.*, vol. 7, no. 1, p. 233770, 2016.
- [10] S. Sudirwo, A. Nurriqli, and M. Risanta, "Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru," *J. Ris. Inspirasi Manaj. Dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 1, pp. 50–57, 2021.
- [11] P. PIRMANSYAH, "EFEKTIVITAS PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL (FACEBOOK) SEBAGAI MEDIA BISNIS ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Toko Furniture Di Kabupaten Pesisir Barat)." *UIN RADEN INTAN LAMPUNG*, 2022.
- [12] G. Farell, T. Thamrin, and I. Novid, "Pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan UKM pada Kota Sawahlunto," *Suluh Bendang J. Ilm. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 19, no. 1, pp. 42–47, 2019.
- [13] I. Suryani, "Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN community 2015.(Studi Social media marketing pada twitter kemenparekraf ri dan facebook disparbud provinsi jawa barat)," *J. Komun.*, vol. 8, no. 2, pp. 123–138, 2014.
- [14] F. F. Nurussufiah, U. Karimah, S. Khodijah, and U. Hidayah, "Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi," *Dev. J. Community Engagem.*, vol. 1, no. 2, pp. 127–143, 2022.