

Economic Empowerment of Tanjung Batu Village Based on Local Innovation: Digitalization of MSMEs, Media Relations, and Herbal Product Development

Pemberdayaan Ekonomi Desa Tanjung Batu Berbasis Inovasi Lokal: Digitalisasi UMKM, Media Relation, dan Pengembangan Produk Herbal

Nur Jasmine Az-Zahra ¹, Firda Nurlaili Septiarini ², Jasmine Zakiah ¹, Annisa Putri Alvira ³, Aliza Septi Cahyaningrum ³, Dina Fitriana Subekti ⁴, Athadhiya Adi Nugroho ⁵, Ezra Alfrianto Tandi Kala' ⁶, Erich Putranto Paramma ⁷, Reiva Cahya Almira ⁸, Dewi Embong Bulan ^{9*}

- ¹ Program Studi S1 Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
 - ² Program Studi S1 Kimia, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
 - ³ Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119, Kalimantan Timur, Indonesia.
 - ⁴ Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
 - ⁵ Program Studi S1 Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
 - ⁶ Program Studi S1 Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
 - ⁷ Program Studi S1 Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
 - ⁸ Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
 - ⁹ Program Studi Ilmu Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur.
- * Alamat Koresponding. E-mail: dewi.embong@fpik.unmul.ac.id (D.E.B); Tel. +62-813-50834836

ABSTRACT: *Community service activities in Tanjung Batu Village focused on empowering MSMEs, strengthening village identity, utilizing local natural resources, and enhancing farmers' capacity through appropriate technology. MSME assistance was carried out through digital marketing initiatives, including optimizing Google Maps, creating promotional content on TikTok, and implementing QRIS, which successfully improved visibility and transaction efficiency. Village branding was strengthened by promoting flagship products such as roti balok through media relations strategies and SEO, expanding market reach and building the village's digital identity. Training on processing turmeric into instant herbal drinks encouraged the establishment of new MSMEs based on herbal products, opened business opportunities, and increased the economic value of local crops. In agriculture, training on processing organic waste into fertilizers and botanical pesticides, supported by microcontroller-based fermentation monitoring technology, improved farmers' capacity toward self-sufficient and sustainable farming. Overall, these programs demonstrate that integrating technology, fostering active community participation, and optimizing local potential can drive adaptive and competitive village economic independence.*

KEYWORDS: *Instant Herbal Drinks; MSME Digitalization; Media Relations; Microcontroller; Sustainable Agriculture.*

ABSTRAK: Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tanjung Batu difokuskan pada pemberdayaan UMKM, penguatan identitas desa, pemanfaatan sumber daya alam lokal, dan peningkatan kapasitas petani melalui teknologi tepat guna. Pendampingan UMKM dilakukan melalui digitalisasi pemasaran dengan optimalisasi *Google Maps*, pembuatan konten promosi di TikTok, serta penerapan QRIS, yang berhasil meningkatkan visibilitas dan efisiensi transaksi. Penguatan citra desa dilakukan dengan promosi produk unggulan seperti roti balok melalui strategi media relation dan SEO, yang memperluas jangkauan pasar dan membangun branding digital desa. Edukasi pengolahan kunyit menjadi jamu instan mendorong terbentuknya UMKM baru berbasis produk herbal, membuka peluang usaha, dan meningkatkan nilai ekonomi tanaman lokal. Di bidang pertanian, pelatihan pengolahan limbah organik menjadi pupuk dan pestisida nabati disertai teknologi monitoring fermentasi berbasis mikrokontroler, meningkatkan kapasitas petani menuju pertanian mandiri dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, program-program ini membuktikan bahwa integrasi teknologi,

Cara mensitasi artikel ini: Az-Zahra NJ, Septiarini FN, Zakiah J, Alvira AP, Cahyaningrum AS, Subekti DF, Nugroho AA, Kala EAT, Paramma EP, Almira RC, Bulan DE. Economic Empowerment of Tanjung Batu Village Based on Local Innovation: Digitalization of MSMEs, Media Relations, and Herbal Product Development. DESAMU Pros Disem KKN UNMUL. 2025; 1: 451-460.

partisipasi aktif masyarakat, dan optimalisasi potensi lokal mampu mendorong kemandirian ekonomi desa yang adaptif dan berdaya saing.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM; Jamu Instan; Media Relation; Mikrokontroler; Pertanian Berkelanjutan;

1. PENDAHULUAN

Desa Tanjung Batu, Kecamatan Tenggara Seberang, merupakan desa yang memiliki kekayaan sumber daya alam dan potensi masyarakat yang besar. Sektor pertanian, tanaman herbal seperti kunyit, serta usaha mikro berbasis produk lokal menjadi andalan perekonomian warga. Namun, pemanfaatan potensi tersebut masih terbatas karena minimnya akses pasar, kurangnya keterampilan pengelolaan usaha, dan belum optimalnya penggunaan teknologi dalam pemasaran dan transaksi (Kementerian Desa, 2024). Di sisi lain, generasi muda di desa, termasuk siswa tingkat SMP, juga menghadapi tantangan berupa kurangnya pemahaman terhadap isu-isu psikologis dan hukum dasar, yang penting sebagai bekal dalam membangun karakter dan kesadaran hukum sejak dini. Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan era digital, dibutuhkan pendekatan yang menyeluruh, baik melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat, edukasi generasi muda, maupun pemanfaatan teknologi tepat guna. Oleh karena itu, kegiatan seperti pelatihan digitalisasi UMKM, pengolahan tanaman herbal menjadi jamu instan, serta pembuatan pupuk dan pestisida nabati ramah lingkungan menjadi bagian penting dalam mendorong kemandirian dan pembangunan desa yang berkelanjutan (BPS, 2025).

UMKM di Desa Tanjung Batu memiliki peran penting sebagai penggerak ekonomi lokal, namun sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pola konvensional dalam menjalankan usahanya. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan akses modal, rendahnya literasi digital, serta strategi pemasaran yang belum maksimal sehingga produk lokal sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi langkah strategis untuk memperkuat posisi UMKM melalui perluasan akses pasar, peningkatan daya saing produk, dan efisiensi operasional. Widyayanti (2020) menyebutkan bahwa keuntungan pembayaran non-tunai meliputi proses transaksi yang lebih cepat, pencatatan yang mudah dan sistematis, basis data permintaan pelanggan yang lebih akurat, serta potensi peningkatan pendapatan usaha. Strategi pemasaran digital juga dapat membantu UMKM menekan biaya promosi dengan mengurangi penggunaan media fisik serta memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, mempromosikan produk, dan membangun komunitas *online*. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran merek, mendorong penjualan (Sugiyanti *et al.*, 2022), serta mengatasi hambatan promosi dan transaksi yang menghambat pertumbuhan UMKM di Desa Tanjung Batu.

Selain kurangnya digitalisasi UMKM, Identitas Desa Tanjung Batu masih belum terkelola optimal, sehingga produk lokal yang sebenarnya memiliki potensi ekonomi sering kesulitan menonjol dan bersaing di pasar (Dany *et al.*, 2025). Penguatan identitas desa tidak hanya terkait aspek visual, tetapi juga nilai, keunikan, dan budaya yang melekat pada produk unggulan. Hambatan utama muncul dari keterbatasan pemahaman tentang branding serta pemanfaatan digitalisasi. Salah satu aspek penting adalah *Search Engine Optimization* (SEO), yang berfungsi meningkatkan visibilitas desa dan produknya agar lebih mudah ditemukan publik melalui mesin pencari (Nashir *et al.*, 2025). Dalam konteks ini, media relation memiliki peran penting sebagai jembatan komunikasi strategis desa dengan publik. Tidak hanya menyebarkan informasi, media relation juga membangun citra positif dan kepercayaan masyarakat (Minan Jauhari, 2022). Pengelolaan yang konsisten mampu meningkatkan *brand awareness* desa serta memperluas jangkauan UMKM desa di tingkat regional, nasional, hingga internasional (Sonani, 2025). Dengan identitas desa yang kuat dan strategi komunikasi yang efektif, UMKM dapat berkembang sebagai pelaku ekonomi yang mandiri, adaptif, dan inovatif.

Potensi besar lainnya yang kurang dikelola desa ini selain digitalisasi UMKM dan identitas desa adalah hasil pertanian, seperti tanaman herbal dan limbah organik. Produk herbal yang tersedia di lingkungan sekitar seperti kunyit, jahe, dan serai selama ini hanya dimanfaatkan secara tradisional sehingga nilai tambahnya belum optimal. Kunyit (*Curcuma longa* L.) yang mengandung kurkumin bermanfaat sebagai antiinflamasi, antioksidan, dan penambah daya tahan tubuh (Munaeni *et al.*, 2022). Inovasi pengolahan kunyit menjadi jamu instan dinilai efektif karena praktis, tahan lama, dan memiliki peluang pasar luas, terutama dengan dukungan UMKM dan potensi lokal desa (Yadewani *et al.*, 2024). Di sisi lain, sebagian besar masyarakat bermata pencaharian sebagai petani yang mayoritas masyarakatnya menghasilkan limbah organik cukup besar, namun belum dimanfaatkan secara optimal dan cenderung mencemari lingkungan (Arifan *et al.*, 2021). Rendahnya pengetahuan petani dalam mengolah limbah menjadi pupuk atau pestisida nabati menjadi kendala utama. Melalui program KKN, dilakukan edukasi dan pelatihan pengolahan limbah organik menjadi pestisida nabati, pupuk Mikroorganisme Lokal (MOL), dan kompos, dengan dukungan teknologi monitoring berbasis mikrokontroler untuk menjaga kualitas pupuk (Nurkhasanah *et al.*, 2021).

Digitalisasi UMKM, media relation, serta pengembangan produk herbal dan pertanian organik membentuk sebuah model pemberdayaan desa yang terintegrasi, di mana ketiga aspek tersebut saling memperkuat fungsi masing-masing dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Digitalisasi mencakup pemanfaatan platform digital untuk memperluas pasar, meningkatkan efektivitas transaksi, dan memperkuat branding desa sebagai entitas modern dan responsif terhadap perkembangan teknologi (Qihaj *et al.*, 2025). Sementara itu, media relation serta publikasi strategis memperkuat citra dan visibilitas produk khas desa hingga ke ranah nasional, menjadikan desa sebagai pusat inovasi lokal dengan identitas yang sehat, alami, dan berkelanjutan. Selain itu, pengembangan produk herbal berbasis potensi lokal, seperti jamu instan kunyit maupun pengolahan bahan organik yang dapat menyediakan nilai tambah ekonomi sekaligus memperkuat daya tahan dan kemandirian masyarakat desa. Dengan demikian, integrasi ketiga aspek ini dalam kerangka pemberdayaan ekonomi desa berbasis inovasi lokal tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat posisi desa sebagai pusat inovasi berkelanjutan yang merujuk pada kearifan dan potensi lokal.

2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1. Metode Pendekatan

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan digabungkan dengan wawancara, yaitu melibatkan masyarakat desa secara aktif mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pada program kerja digitalisasi UMKM proses dimulai dari observasi untuk mengetahui kondisi usaha dan sistem pemasaran yang dilanjutkan dengan wawancara untuk mengetahui kendala serta kesiapan UMKM dalam penggunaan teknologi digital. Selanjutnya dilakukan implementasi secara *door to door* agar pendampingan lebih personal dan efektif. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan strategi digitalisasi sesuai kebutuhan UMKM dan dapat diterapkan secara mandiri. Pada program kerja media relation, pelaku roti balok dilibatkan dalam proses pembuatan narasi media mulai dari mengidentifikasi keunikan produk, cerita asal-usul, hingga strategi promosi. Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya menjadi objek pemberitaan, tetapi juga berperan aktif dalam menentukan pesan yang ingin disampaikan ke publik.

Program kerja inovasi jamu instan, ibu rumah tangga dilibatkan langsung dalam sosialisasi, pelatihan, hingga praktik pembuatan jamu kunyit instan. Metode ini dipilih agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga menguasai keterampilan praktis secara mandiri. Pada program kerja edukasi dan demonstrasi pestisida nabati serta pupuk berbasis mikrokontroler petani peserta pelatihan dilibatkan dalam diskusi, perencanaan, demonstrasi, hingga evaluasi hasil pembuatan pupuk organik, MOL, dan pestisida nabati. Melalui keterlibatan langsung ini, diharapkan tercipta rasa memiliki terhadap program, peningkatan kapasitas masyarakat, serta keberlanjutan kegiatan setelah program selesai dilaksanakan.

2.2. Lokasi dan Sasaran

Kegiatan dilaksanakan di Desa Tanjung Batu yang memiliki potensi dalam digitalisasi UMKM serta sumber daya alam berupa bahan baku herbal dan komoditas pertanian organik. Sasaran kegiatan meliputi lima pelaku UMKM, pelaku usaha roti balok, ibu-ibu rumah tangga setempat yang memiliki minat dalam pengolahan produk herbal, dengan tujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta membuka peluang usaha baru berbasis potensi lokal, serta para masyarakat dengan mayoritas pekerjaan sebagai petani dan pekebun.

2.3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

2.3.1. Persiapan

Tahap persiapan program kerja pengabdian di Desa Tanjung Batu diawali dengan observasi lapangan untuk memahami kondisi usaha, potensi sumber daya, serta kebutuhan masyarakat sasaran. Pada program digitalisasi UMKM, tim melakukan pengamatan terhadap usaha yang ada dan mewawancarai pelaku UMKM untuk menggali tingkat pengetahuan mereka mengenai pemasaran dan sistem pembayaran digital, sekaligus menilai kesiadaan menerima pendampingan. Pada program media relation bersama pelaku usaha roti balok, persiapan dilakukan dengan mengidentifikasi narasumber yang tepat, menyusun daftar pertanyaan terkait sejarah usaha, keunikan produk, dan strategi pemasaran, serta melakukan koordinasi teknis untuk menentukan waktu dan tempat wawancara, dilengkapi dengan perlengkapan pendukung seperti perekam suara dan kamera. Pada program inovasi pembuatan jamu kunyit instan, tahap persiapan meliputi survei potensi desa mengenai ketersediaan bahan baku herbal seperti kunyit, jahe, dan serai, koordinasi dengan perangkat desa serta kelompok ibu rumah tangga untuk menentukan peserta sasaran, penyusunan materi sosialisasi mengenai manfaat dan peluang pasar jamu instan, serta persiapan alat dan bahan pelatihan seperti blender, saringan, pisau, teflon, dan kemasan *ziplock* aluminium. Adapun dalam program edukasi pestisida nabati dan pupuk berbasis mikrokontroler,

dilakukan identifikasi masalah pengelolaan limbah pertanian serta persiapan alat dan bahan, termasuk ember, jerigen, timbangan digital, aerator, sensor suhu, sensor kelembapan, sensor CO₂, mikrokontroler untuk sistem monitoring fermentasi, serta bahan organik lokal seperti dedaunan, limbah rumah tangga, sisa tanaman, gula pasir, dan limbah pembasmi hama sebagai bahan aktif pembuatan pestisida nabati.

2.3.2. Pelatihan Digitalisasi UMKM

Pelatihan digitalisasi UMKM di Desa Tanjung Batu dilaksanakan secara langsung melalui tahapan observasi, wawancara, hingga implementasi. Materi pelatihan mencakup penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pemanfaatan *marketplace*, konten promosi yang menarik, serta manajemen transaksi *online* melalui penerapan QRIS. Kegiatan ini juga disertai praktik langsung, seperti pembuatan akun *Google Maps* untuk meningkatkan visibilitas usaha, pembuatan video promosi kreatif di TikTok sebagai strategi pemasaran digital, serta simulasi penggunaan metode pembayaran non-tunai. Setiap UMKM diberikan pendampingan sesuai kebutuhan, mulai dari pembuatan *Google Maps*, penerapan QRIS, hingga pembuatan konten promosi. Pendampingan dilakukan secara *door to door* agar lebih personal dan efektif, sekaligus memastikan para pelaku UMKM dapat memahami serta memanfaatkan teknologi digital secara mandiri.

2.3.3. Strategi SEO (*Search Engine Optimization*) melalui Media Relation dalam Membangun Identitas Desa

Pelaksanaan media relation untuk membangun identitas Desa Tanjung Batu diawali dengan pemetaan media serta penyusunan pesan kunci yang menonjolkan potensi desa, khususnya roti balok sebagai ikon kuliner lokal. Selanjutnya dilakukan kemitraan dengan media, termasuk wawancara bersama narasumber desa untuk memperkaya narasi, serta produksi konten berupa rilis berita yang kemudian dipublikasikan melalui Kompasiana dan media massa seperti Swara Kaltim. Dengan monitoring dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas penyebaran pesan serta dampaknya terhadap penguatan identitas desa.

2.3.4. Pengembangan Produk Herbal (Jamu Instan) dan Pertanian Organik

Pada program kerja inovasi pembuatan jamu instan dari kunyit, tahap pengembangan dilakukan melalui pelatihan pembuatan jamu kunyit instan dengan memperhatikan standar higienis, mulai dari pencucian bahan, pengolahan, pengeringan, hingga pengemasan dalam *ziplock* aluminium agar mutu dan daya simpan terjaga. Untuk menjamin kualitas produk jamu instan yang akan dihasilkan, penting untuk mendapat pendampingan dari dinas kesehatan setempat, agar dilakukan uji kelayakan dan ijin edar produk yang dihasilkan. Hal tersebut dapat direalisasikan dalam bentuk pendaftaran sertifikat PIRT. Selain itu, Kegiatan edukasi dan demonstrasi pestisida nabati serta pupuk MOL dan kompos berbasis mikrokontroler ini dilakukan dengan demonstrasi proses pembuatan pupuk dan pestisida nabati, termasuk penerapan sistem monitoring berbasis mikrokontroler yang dapat mengukur suhu, kelembapan, dan kadar gas CO₂ selama proses fermentasi. Demonstrasi ini juga memberikan pemahaman mengenai cara kerja alat, fungsi sensor, serta interpretasi data untuk memastikan hasil olahan pupuk yang konsisten dan berkualitas. Pengenalan praktik pertanian organik ramah lingkungan juga diperkenalkan sebagai bagian dari strategi branding pendukung untuk memperkuat citra desa sebagai pelaku pertanian berkelanjutan.

2.3.5. Monitoring dan Evaluasi

Indeks keberhasilan program pengabdian di Desa Tanjung Batu terlihat dari capaian di berbagai bidang. Pada program digitalisasi UMKM, keberhasilan diukur melalui terciptanya akun *Google Maps* aktif, publikasi konten promosi di TikTok, pemanfaatan QRIS oleh sebagian besar pelaku usaha, meningkatnya jangkauan promosi, serta kemampuan UMKM mengelola akun digital secara mandiri yang berdampak pada bertambahnya pelanggan dan pendapatan. Program media relation turut memperkuat identitas desa, dibuktikan dengan meningkatnya visibilitas kata kunci “roti balok” di mesin pencari Google. Pada inovasi pembuatan jamu kunyit instan, keberhasilan ditunjukkan oleh meningkatnya keterampilan masyarakat dalam mengolah kunyit menjadi produk instan yang higienis, tahan lama, dan siap dipasarkan, sehingga membuka peluang pengembangan UMKM berbasis herbal. Sementara itu, kegiatan edukasi dan demonstrasi pestisida nabati serta pupuk berbasis mikrokontroler berhasil meningkatkan pemahaman peserta, di mana mayoritas mampu menjelaskan proses pembuatan, memanfaatkan bahan lokal, serta memahami fungsi sistem mikrokontroler untuk menjaga kualitas fermentasi. Secara keseluruhan, program-program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas masyarakat tetapi juga memperkuat identitas dan daya saing desa melalui pemanfaatan inovasi dan teknologi.

2.3.6. Luaran Kegiatan

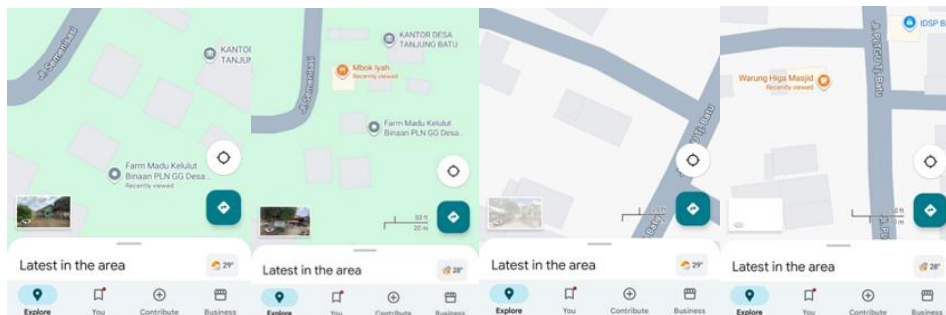
Luaran dari program kerja digitalisasi UMKM, inovasi jamu instan, dan edukasi serta demonstrasi pestisida nabati serta pupuk MOL dan kompos berbasis mikrokontroler adalah artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam *Prosiding Diseminasi Kuliah Kerja Nyata Universitas Mulawarman*. Artikel tersebut berisikan peningkatan kapasitas UMKM Desa Tanjung Batu dalam digital marketing melalui pemanfaatan *Google Maps*, video promosi di

TikTok, dan penggunaan QRIS, sehingga pelaku usaha lebih mandiri dalam pemasaran, promosi, transaksi digital, mendokumentasikan proses, hasil, serta dampak kegiatan pelatihan pembuatan jamu kunyit instan sekaligus dokumentasi lengkap mengenai proses edukasi dan pelatihan kepada petani di Desa Tanjung Batu dalam memanfaatkan limbah organik menjadi pestisida nabati serta pupuk Mikroorganisme Lokal (MOL) dan kompos dengan dukungan sistem mikrokontroler di Desa Tanjung Batu sebagai wujud pengembangan potensi lokal dan pemberdayaan Masyarakat. Luaran dari program kerja identitas desa dapat terlihat dari publikasi berita mengenai produk unggulan desa yang dimuat di Swara Kaltim dan Kompasiana. Kehadiran berita tersebut tidak hanya memperkenalkan potensi lokal kepada masyarakat luas, tetapi juga memperkuat citra desa sebagai wilayah yang memiliki inovasi khas dan bernilai jual.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelatihan Digitalisasi UMKM

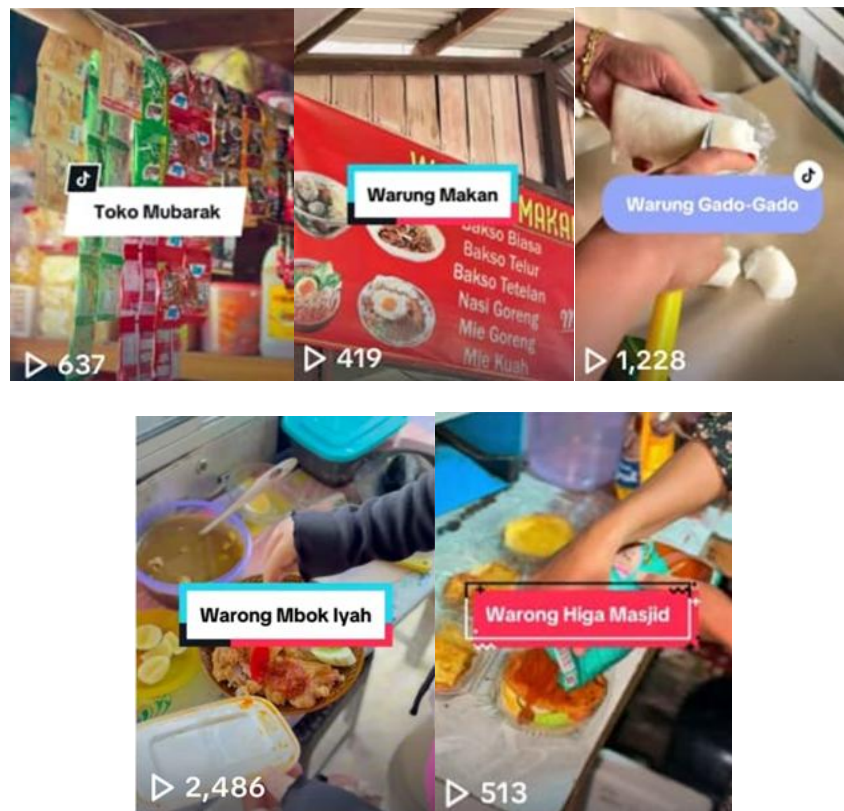
Kegiatan pengabdian ini berhasil mendampingi lima UMKM di Desa Tanjung Batu dalam memanfaatkan teknologi digital melalui *Google Maps*, TikTok, dan QRIS. Dua UMKM kini memiliki profil usaha di *Google Maps* yang mempermudah konsumen menemukan lokasi, jam operasional, dan produk, sementara seluruh UMKM memperoleh video promosi di TikTok dengan caption serta tagar relevan. Hal ini sejalan dengan penelitian Yulistiawan et al. (2024) yang menyatakan bahwa media sosial mampu meningkatkan daya saing UMKM di pasar kompetitif. Selain itu, penggunaan QRIS memberikan kenyamanan transaksi sekaligus meningkatkan penjualan UMKM dengan memperluas akses pelanggan, termasuk mereka yang tidak membawa uang tunai atau kartu kredit (Sudyantara & Yuwono, 2023). Kendala seperti keterbatasan literasi teknologi dan akses internet dapat diatasi melalui pendampingan langsung. Dengan demikian, program ini terbukti meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan promosi, mempermudah transaksi, serta mendukung keberlanjutan UMKM.



Gambar 1. Pendaftaran Google Maps Pada Dua UMKM



Gambar 2. Pembuatan QRIS Pada Dua UMKM



Gambar 3. Video Konten Promosi di TikTok Pada Lima UMKM

3.2. Strategi SEO (*Search Engine Optimization*) melalui Media Relation dalam Membangun Identitas Desa

Penguatan citra Desa Tanjung Batu melalui strategi media relation di Kompasiana dan SwaraKaltim menunjukkan hasil yang signifikan. Kompasiana berhasil mengangkat potensi desa ke tingkat nasional dengan menjangkau audiens luas melalui media relation dan meningkatkan kepercayaan publik (Minan Jauhari, 2022), sementara SwaraKaltim memperkuat kedekatan dengan masyarakat Kalimantan Timur melalui pemberitaan yang menonjolkan ciri khas serta potensi unggulan desa.

Optimalisasi *Search Engine Optimization* (SEO) dengan kata kunci 'roti balok Tanjung Batu' turut mendorong artikel menempati posisi teratas di mesin pencari Google, sehingga produk lokal lebih mudah ditemukan dan citra digital desa semakin kuat hasil ini membuktikan bahwa SEO penting untuk meningkatkan visibilitas produk lokal (Nashir et al., 2025). Dengan demikian, Desa Tanjung Batu berhasil membangun identitas sebagai pusat roti balok khas Kalimantan Timur yang otentik, inovatif, dan berdaya saing, sekaligus memperkuat citranya sebagai destinasi kuliner dan motor penggerak ekonomi masyarakat. Dengan pengelolaan yang konsisten, strategi ini mampu memperkuat brand awareness sekaligus mendukung UMKM desa berkembang secara mandiri, adaptif, dan berdaya saing hingga tingkat regional, nasional, bahkan internasional (Sonani, 2025).



Gambar 4. Wawancara bersama Narasumber

3.3. Pengembangan Produk Herbal (Jamu Instan) dan Pertanian Organik

Pelatihan pembuatan jamu kunyit instan di Desa Tanjung Batu terbukti efektif meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah bahan herbal lokal menjadi produk siap konsumsi. Seluruh peserta berhasil menghasilkan jamu instan dengan kualitas baik, ditandai dengan warna kuning cerah, aroma rempah segar, dan rasa yang seimbang. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa teknologi sederhana dapat dengan mudah diadopsi masyarakat apabila disampaikan melalui metode praktik langsung (Munaeni et al., 2022).

Produk jamu kunyit instan juga memberikan nilai tambah ekonomi karena lebih praktis, tahan lama, dan memiliki peluang pasar yang luas dibandingkan kunyit segar (Ittiqo et al., 2022). Antusiasme peserta terlihat dari diskusi mengenai peluang usaha, masa simpan, serta inovasi diversifikasi rasa dengan tambahan jahe atau serai. Selain itu, penggunaan kemasan ziplock aluminium dipandang positif karena membantu menjaga mutu produk sekaligus meningkatkan daya saing di pasaran modern (Yadewani et al., 2024).



Gambar 5. Suasana pemaparan materi mengenai kunyit dan jamu instan.



Gambar 6. Peserta membaca brosur informatif tentang jamu instan.



Gambar 7. Praktik pembuatan jamu instan oleh tim dan peserta.



Gambar 8. Foto bersama peserta dengan produk jamu instan yang telah dikemas.

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Tanjung Batu pada tanggal 9 Agustus 2025 menunjukkan hasil positif dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan petani mengenai pemanfaatan limbah organik. Melalui metode penyuluhan, demonstrasi, dan evaluasi, peserta mampu memahami konsep dan teknik pembuatan pestisida nabati, pupuk Mikroorganisme Lokal (MOL), serta pupuk kompos. Salah satu inovasi utama yang diperkenalkan adalah penerapan sistem monitoring berbasis mikrokontroler pada proses fermentasi pupuk Mikroorganisme Lokal (MOL) dan kompos, yang memantau suhu, kelembapan, dan kadar CO₂ secara *real-time*. Data yang diperoleh memungkinkan petani mengendalikan proses fermentasi secara lebih optimal, sehingga menghasilkan pupuk berkualitas lebih baik.



Gambar 9. Edukasi mengenai perbandingan pupuk organik dan pupuk kimia.

Pada gambar 9 memperlihatkan suasana penyuluhan yang diikuti oleh para petani. Materi disampaikan menggunakan media presentasi, materi yang jelaskan yaitu mengenai perbandingan antara pupuk kimia dan organik.



Gambar 10. Demonstrasi mengenai pupuk MOL dan kompos serta pestisida nabati.



Gambar 11. Demonstrasi mengenai alat pemantau pupuk (Mikrokontroler)

Pada gambar 10 dan 11 mendokumentasikan kegiatan demonstrasi sekaligus materi disampaikan dengan menggunakan media presentasi yang menjelaskan langkah-langkah pembuatan pestisida nabati, pupuk Mikroorganisme Lokal (MOL), dan pupuk kompos, serta penjelasan manfaat penerapan teknologi mikrokontroler

dalam proses fermentasi. Peserta diperkenalkan langsung pada alat mikrokontroler dan cara penggunaannya. Pada tahap ini, peserta juga melihat simulasi proses fermentasi dengan pemantauan suhu dan kelembapan secara *real-time*.



Gambar 12. Dokumentasi setelah evaluasi bersama.

Pada gambar 12 merupakan dokumentasi kebersamaan tim pelaksana, peserta, dan perwakilan desa setelah kegiatan selesai. Foto ini menjadi simbol keberhasilan pelaksanaan program, di mana peserta telah mendapatkan pengalaman langsung sekaligus membangun kerja sama antara mahasiswa dan masyarakat.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Desa Tanjung Batu membuktikan bahwa inovasi lokal yang dipadukan dengan digitalisasi dan strategi branding mampu meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat desa. Digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan *Google Maps*, *TikTok*, dan *QRIS* memperkuat kapasitas pemasaran, promosi, serta transaksi pelaku usaha, sedangkan publikasi melalui media relation efektif membangun citra desa dan memperluas akses pasar. Inovasi produk jamu kunyit instan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah potensi lokal menjadi produk bernilai tambah, sementara edukasi pestisida nabati dan pupuk berbasis mikrokontroler meningkatkan pemahaman teknis serta kemampuan penerapan teknologi. Secara keseluruhan, rangkaian program ini tidak hanya memperkuat daya saing UMKM dan identitas digital desa, tetapi juga membuka peluang pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal yang berkelanjutan

Ucapan Terima Kasih: Ucapan terima kasih disampaikan kepada Ibu-Ibu Desa Tanjung Batu, Ibu Ketua TP PKK Desa Tanjung Batu, Para Petani, Bapak Penyuluh Lapangan (PPL), Pelaku Usaha Roti Balok, dan Para Pelaku UMKM. Terima kasih kepada Universitas Mulawarman, Dosen Pendamping Lapangan Ibu Dewi Embong Bulan, S.Kel., M.P., Ph.D., Pendamping Lapangan Ibu Tiara Eka Septiani, S.Pd., Kepala Desa Tanjung Batu Bapak Husniyansyah, S.E., serta teman-teman Kelompok KKN 81 Desa Tanjung Batu atas dukungan dan kerja samanya sehingga kegiatan penyuluhan dan demonstrasi dapat terlaksana dengan lancar.

Kontribusi Penulis: –

Sumber Pendanaan: PT Khotai Makmur Insan Abadi.

Konflik Kepentingan: Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

REFERENSI

- Arifan, F., Setyati, W. A., Broto, R. T. W., & Dewi, A. L. (2020). Pemanfaatan Nasi Basi Sebagai Mikro Organisme Lokal (Mol) Untuk Pembuatan Pupuk Cair Organik Di Desa Mendongan, Kecamatan Sumowono, Kabupaten Semarang. *Jurnal Pengabdian Vokasi*, 1(4), 252–255.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Profil Desa dan Kelurahan 2025*. Jakarta: BPS.
- Dany, F. A., Izzah, N., Setyohadi, R. I., Masduki, D. A., Asyhar, A. M., & Zaka, F. (2024). Branding Dan Digitalisasi: Strategi Brading Product, Visual, digital dan offline Pengembangan UMKM di Desa Widoro. *Khidmah Nusantara*, 1(2), 173–185.
- Ittiqo, D. H., Wahid, A. R., Hati, M. P., Hendriyani, I., & Fitriani, Y. (2022). Pendampingan Inovasi Jamu Instan Varian Rasa Dalam Rangka Menciptakan Peluang Usaha Di Masa Pandemi Covid 19. Selaparang: *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1276–1279.
- Jauhari, M. (2022). Cyber Public Relations dalam Pembentukan Branding Desa Wisata di Sidomulyo Kabupaten Jember. *Jurnal Al-Hikmah*, 20(2), 131–148.

- Kementerian Desa. (2024). *Potensi Desa dan Tantangan Pengembangan Ekonomi Lokal*. Jakarta: Kemendes.
- Munaeni, W., Mainassy, M. C., Puspitasari, D., Susanti, L., Endriyatno, N. C., Yuniastuti, A., ... & Hendra, G. A. (2022). Perkembangan Dan Manfaat Obat Herbal Sebagai Fitoterapi. Tohar Media.
- Nashir, I. A., Hanggara, B. T., & Akbar, M. A. (2025). Analisis pengaruh penggunaan strategi semantic search engine optimization (SEO) dan keyword mapping terhadap visibilitas website merteyasabaliadventure. com pada search engine. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(2).
- Nurkhasanah, E., Ababil, D. C., Prayogo, R. D., & Damayanti, A. (2021). Pembuatan Pupuk Kompos Dari Daun Kering. *Jurnal Bina Desa*, 3(2), 109–117.
- Qihaj, D. F., Auliarachim, H. N., & Mansurina, S. A. R. (2025). Digitalisasi Pemasaran UMKM Desa Puntukdoro Berbasis Web dan Geotagging untuk Penguatan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, dan Teknologi Tepat Guna*, 3(1), 148-159.
- Sudiyantara, S. C., & Yuwono, A. (2023). Mengelola penggunaan QRIS dan QRcode dalam meningkatkan kualitas layanan bagi UMKM. *Insight Management Journal*, 252-258.
- Sugiyanti, L., Rabbil M. Z., Oktavia K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Masarin*, 1(2), 100-110. <https://doi.org/10.56881/masarin.v1i2.197>
- Syaghani, M., Ahmad, H., & Hidayat, N. (2025). Meningkatkan UMKM Melalui Pemasaran Digital (Brand Awareness) di Desa Pasireurih. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74-84.
- Widayanti, E. R. (2020). Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke Non-Tunai/Online Payment Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha (Studi Pada UMKM di Yogyakarta). Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0, 187–200.
- Yadewani, D., Librianty, N., Yusuf, F., Dewi, N. K., Hendarsih, I., Kalbuadi, A., Sefnedi., Rachmah, S. M., Awaludin, D.T., Huda, M. Ivantri, M. A. Napituplu, R. L., Prayogi, Y. A., Kusuma, B. A. (2024). Strategi Pertumbuhan UMKM. PT Kimshafi Alung Cipta.
- Yulistiawan, B. S., Hananto, B., PD, C. N., & Handayani, L. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1), 141–149.

This is an open access article which is publicly available on our journal's website under Institutional Repository at
<https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/pdkum/index>