

# Pemberdayaan Ekonomi Lokal Melalui Pelatihan dan Pemasaran Produk Unggulan Desa

Supriyanto<sup>1</sup>, Nuril Hidayati<sup>2</sup>, Novita Wulandari<sup>3\*</sup>, Riesta Ayu Oktarina<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Unhaza, <sup>2</sup>Universitas Panca Marga, <sup>3</sup>Universitas Tamansiswa, <sup>4</sup>STIKOSA-AWS

\*Correspondence: wulanherendhu@gmail.com

Date of submission: 4 Oktober 2025; Date of reviewed: 18 Oktober 2025 ; Date of acceptance: 29 Oktober 2025;

---

## Ringkasan

### ABSTRAK

Kegiatan ini membahas pemberdayaan ekonomi lokal di pedesaan melalui strategi pelatihan dan pemasaran produk unggulan. Fokus utamanya adalah mengidentifikasi dan mengembangkan potensi ekonomi yang sudah ada di desa, yang sering kali terabaikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus di Desa Sumberlele, Kecamatan Kraksaan, yang telah berhasil menerapkan program ini. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha, aparat desa, dan peserta pelatihan, serta observasi partisipatif terhadap proses produksi dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan teknis yang terstruktur, seperti pelatihan pengolahan hasil pertanian, kerajinan tangan, dan manajemen keuangan, secara signifikan meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Selain itu, pelatihan pemasaran digital membuka akses pasar yang lebih luas, melampaui batas geografis. Program ini juga berhasil menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat, mendorong mereka untuk lebih mandiri dan inovatif. Pemasaran produk unggulan desa melalui platform daring, pameran lokal, dan kemitraan dengan pihak luar berperan penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Keberhasilan program ini tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari peningkatan kepercayaan diri, partisipasi aktif, dan terjalinnya kolaborasi antarwarga. Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi lokal melalui pelatihan dan pemasaran produk unggulan desa terbukti efektif dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, sekaligus memperkuat ketahanan sosial dan budaya desa.

### Kata kunci:

pemberdayaan masyarakat  
ekonomi desa  
pelatihan  
pemasaran

**ABSTRACT**

*This activity explores local economic empowerment in rural areas through training and marketing strategies for village flagship products. The main focus is to identify and develop existing economic potential within the village, which is often overlooked. This study employs a qualitative approach using a case study of Sumberlele Village, Kraksaan District, which has successfully implemented this empowerment program. Data were collected through in-depth interviews with local entrepreneurs, village officials, and training participants, as well as participatory observation of production and marketing processes. The findings reveal that well-structured technical training — including agricultural product processing, handicraft production, and financial management — significantly enhances product quality and competitiveness. Furthermore, digital marketing training has expanded market access beyond geographical boundaries. The program also fostered an entrepreneurial spirit among community members, encouraging them to be more independent and innovative. The marketing of village flagship products through online platforms, local exhibitions, and partnerships with external stakeholders has played a key role in increasing household income. The success of this program is not only reflected in the rise of economic income but also in improved self-confidence, active participation, and strengthened collaboration among residents. Thus, local economic empowerment through training and marketing of village flagship products has proven effective in promoting sustainable and inclusive economic growth while reinforcing the village's social and cultural resilience.*

**Keywords:**

*empowerment,  
rural economy,  
training,  
marketing*

**PENDAHULUAN**

Pembangunan ekonomi desa di Indonesia semakin diarahkan tidak hanya pada peningkatan produksi pertanian atau pengembangan infrastruktur fisik, tetapi juga pada penguatan ekonomi lokal melalui pemberdayaan masyarakat, pemanfaatan potensi unggulan desa, dan integrasi pelatihan serta pemasaran yang tepat sasaran. Desa-desa yang memiliki potensi sumber daya alam maupun budaya lokal dapat menjadi motor pertumbuhan ekonomi lokal jika dikelola dengan strategi yang baik. Dalam konteks ini, Desa Sumber Lele, Kabupaten Probolinggo, memiliki peluang untuk mengembangkan produk unggulannya melalui upaya pemberdayaan yang melibatkan pelatihan masyarakat dan pemasaran yang efektif.

Pertama, dari sisi teori pengembangan ekonomi lokal, konsep “local economic development” menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi di tingkat lokal (desa/kelurahan) dapat memainkan peran penting dalam menciptakan kesejahteraan yang lebih merata dan mengurangi ketergantungan pada kota besar. Sebuah kajian menyebutkan bahwa pembangunan ekonomi lokal berbasis desa dapat mendorong diversifikasi ekonomi, pemanfaatan sumber daya lokal secara bertanggung-jawab, dan memunculkan peluang kerja di tingkat desa (Zafriana, 2024). Dengan demikian, memperkuat kapasitas ekonomi di tingkat desa bukan saja soal meningkatkan produksi, tetapi juga memperkuat jaringan pemasaran, pengemasan, *branding*, dan akses pasar.

Kedua, pemberdayaan masyarakat menjadi kunci utama dalam proses tersebut. Pemberdayaan berarti memberikan kemampuan kepada masyarakat agar tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi subjek yang aktif dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program ekonomi di tingkat desa. Salah satu penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan keterlibatan aktif dapat mendorong kemandirian ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan (Sutrisno and Wibowo, 2021). Pelatihan yang diberikan meliputi peningkatan kapasitas teknis (misalnya produksi, pengemasan, mutu), manajemen usaha kecil, hingga pemasaran, terutama di era digital saat ini (Yuliatiningtyas et al., 2024).

Ketiga, pelatihan dan pemasaran produk unggulan desa menjadi sinergi yang sangat penting. Produk unggulan desa bisa berupa hasil pertanian olahan, kerajinan lokal, maupun produk-kreatif khas desa yang memiliki keunikan dan potensi komersial. Namun banyak desa menghadapi tantangan: kualitas produk belum maksimal, pengemasan belum menarik, akses pasar terbatas, serta keterbatasan pemanfaatan teknologi pemasaran, terutama digital. Penelitian pengabdian masyarakat di beberapa desa menemukan bahwa program pelatihan “branding dan pemasaran online” bagi UMKM desa berhasil meningkatkan pengetahuan dan kapasitas peserta dalam memasarkan produk lokal melalui media digital Yuliatiningtyas et al. (2024). Intervensi yang tepat dalam pelatihan dan pemasaran dapat membuka akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk desa.

Keempat, terkait dengan konteks Desa Sumber Lele, Kabupaten Probolinggo — meskipun belum secara spesifik banyak literatur yang mengulas desa ini — secara umum desa-desa di Kabupaten Probolinggo maupun di Jawa Timur memiliki potensi yang belum sepenuhnya optimal dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Dengan latar belakang ini, kegiatan pemberdayaan yang menggabungkan pelatihan teknis produksi/pengolahan, serta pemasaran produk unggulan, seperti pengolahan hasil pertanian atau produk kreatif, menjadi sangat relevan. Sistem pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis warga desa, tetapi juga memperkuat struktur kelembagaan lokal (misalnya kelompok usaha bersama, koperasi desa), membangun jaringan pemasaran, dan membuka akses ke pasar lokal, regional bahkan nasional (Rahman and Marlina, 2021).

Terdapat faktor menunjukkan bahwa kegiatan ini sangat diperlukan. Masih adanya kesenjangan ekonomi antara desa dan kota, serta antar wilayah di pedesaan, sehingga pemberdayaan ekonomi lokal menjadi strategi penting untuk menurunkan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Era digital dan perkembangan pemasaran daring (*e-commerce*, media sosial) sudah membuka peluang baru bagi produk unggulan desa untuk menjangkau pasar lebih luas, namun banyak pelaku di desa yang belum siap secara kapasitas maupun akses teknologi Yuliatiningtyas et al. (2024).

Produk unggulan desa jika dikemas secara baik, diberi nilai tambah, dan dipasarkan dengan strategi yang tepat, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara langsung serta menumbuhkan pelaku usaha mikro dan kecil di desa sebagai tulang punggung ekonomi lokal Siregar (2024).

Berdasarkan hal-hal di atas, latar belakang pelaksanaan kegiatan masyarakat di Desa Sumber Lele dapat dijabarkan sebagai berikut. Desa ini memiliki potensi produk unggulan (baik hasil pertanian, olahan, maupun produk kreatif) yang jika diberi pembinaan pelatihan dan strategi pemasaran akan memiliki daya saing lebih tinggi. Namun, kendala yang dihadapi dapat berupa: keterbatasan kapasitas teknis produksi, pengemasan dan mutu produk belum optimal, keterbatasan akses pasar, kurangnya pemahaman pemasaran *digital*, dan kelembagaan usaha lokal yang belum kuat. Oleh sebab itu, pelatihan yang terpadu — mencakup produksi, pengemasan,

manajemen usaha mikro serta pemasaran (termasuk *digital*) — serta pendampingan pemasaran produk unggulan desa menjadi sebuah langkah strategis untuk pemberdayaan ekonomi lokal di desa tersebut.

Kegiatan tersebut diharapkan menghasilkan: peningkatan kapasitas warga masyarakat dalam produksi dan pengolahan produk unggulan; terbentuknya kelompok usaha atau koperasi lokal yang tangguh; terbukanya akses pemasaran yang lebih luas; meningkatnya pendapatan masyarakat; dan terbangunnya ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan. Selain itu, pihak pemerintah desa, dinas terkait, dan lembaga mitra pemberdayaan memiliki peran penting dalam mendukung pelatihan dan pemasaran tersebut — baik melalui penyediaan fasilitas, pendampingan teknis, dukungan akses pasar, hingga kebijakan lokal yang mendukung.

Lebih jauh, dalam pelaksanaannya penting pula memperhatikan bahwa strategi pelatihan-pemasaran tidak hanya diberikan secara sekali-jadi, tetapi harus bersifat berkelanjutan, dengan pendampingan pascapelatihan agar warga masyarakat dapat mengimplementasikan apa yang sudah dipelajari secara nyata dalam kehidupan usaha sehari-hari. Literatur menunjukkan bahwa keberlanjutan program dan partisipasi aktif masyarakat merupakan faktor kunci keberhasilan pemberdayaan ekonomi lokal.

Selain itu, penting memperhatikan keunikan lokal Desa Sumber Lele—karakter sosial budaya, potensi sumber daya alam, kearifan lokal dan jaringan pasar yang ada—sebagai titik awal strategi pemberdayaan agar sesuai dengan kondisi lokal dan memperoleh dukungan masyarakat. Pendekatan yang partisipatif, yang melibatkan masyarakat desa sebagai subjek aktif (bukan objek pasif) sangat dihimbau agar terjadi *sense of ownership* dan keberlanjutan jangka panjang.

Dalam rangka itu, pelaksanaan kegiatan akan difokuskan pada dua komponen utama: (1) Pelatihan – yang meliputi aspek produksi/pengolahan (peningkatan mutu, pengemasan, kontrol kualitas), manajemen usaha mikro (perencanaan bisnis, pencatatan keuangan, pemasaran dasar) dan pemasaran digital (media sosial, e-commerce, branding produk lokal); (2) Pemasaran Produk Unggulan Desa – yang meliputi identifikasi produk unggulan lokal (yang memiliki potensi pasar), pengemasan ulang agar layak pasar, strategi pemasaran *offline* dan *online*, pembentukan jaringan pemasaran dan akses pasar, serta pendampingan pemasaran jangka menengah. Dengan sinergi kedua komponen ini diharapkan produk unggulan Desa Sumber Lele dapat naik kelas dan masyarakat desa memperoleh manfaat ekonomi nyata.

Dengan demikian, latar belakang ini menjelaskan mengapa kegiatan pemberdayaan ekonomi lokal melalui pelatihan dan pemasaran produk unggulan di Desa Sumber Lele Kabupaten Probolinggo sangat diperlukan, dan bagaimana secara teoritis dan praktis pendekatan tersebut didasarkan pada kajian pemberdayaan masyarakat, pengembangan ekonomi lokal, serta pemasaran produk unggulan. Selanjutnya, kegiatan ini harus dirancang dengan mempertimbangkan kondisi spesifik desa, potensi unggulan yang ada, serta aspek keberlanjutan dan partisipasi masyarakat agar hasil yang dicapai tidak hanya sementara tetapi mampu mengangkat ekonomi lokal secara berkelanjutan.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan proses meningkatkan kapasitas individu dan kelompok agar mampu mengelola potensi lokal secara mandiri dan berkelanjutan. Kartasasmita (2019) menegaskan bahwa pemberdayaan harus berakar dari masyarakat, dengan menempatkan warga desa sebagai subjek pembangunan, bukan sekadar objek kebijakan. Konsep ini sejalan dengan pandangan Chambers (2019) yang menekankan pendekatan *people-centered development*, di mana pembangunan desa harus dimulai dari masyarakat sendiri, melalui partisipasi

aktif dan penguatan kapasitas lokal.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa juga dikaitkan dengan upaya menumbuhkan kemandirian ekonomi berbasis sumber daya lokal (Sutrisno and Wibowo, 2021). Melalui pengembangan produk unggulan lokal, masyarakat dapat memanfaatkan potensi alam, budaya, maupun keterampilan yang sudah ada di desa untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Hal ini diperkuat oleh Kusuma dan Safitri (2020) yang menemukan bahwa modal sosial seperti kepercayaan dan jaringan antarwarga menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemberdayaan ekonomi pedesaan.

Produk unggulan desa didefinisikan sebagai komoditas atau hasil olahan khas suatu wilayah yang memiliki nilai ekonomi dan daya saing tinggi (Anggraini, 2021). Inovasi dalam pengembangan produk lokal diperlukan untuk menciptakan keunikan dan nilai jual yang berkelanjutan (Prasetyo and Wulandari, 2020). Menurut Sutrisno dan Wibowo (2021), pengembangan produk unggulan tidak hanya bergantung pada potensi sumber daya alam, tetapi juga pada kemampuan masyarakat untuk berinovasi dalam produksi, pengemasan, dan distribusi.

Selain itu, Rahman dan Marlina (2021) menunjukkan bahwa aspek branding dan packaging berperan penting dalam meningkatkan daya tarik produk lokal di pasar modern. Identitas visual yang kuat dapat membantu membedakan produk desa dari produk sejenis di pasaran, sekaligus memperkuat citra desa sebagai penghasil produk berkualitas. Dengan demikian, strategi pengembangan produk unggulan harus memadukan kreativitas, kearifan lokal, dan inovasi teknologi.

Pelatihan merupakan komponen utama dalam proses pemberdayaan ekonomi lokal. Menurut Hidayat dan Nurjannah (2022), pelatihan kewirausahaan mampu meningkatkan keterampilan produksi, manajemen, dan pemasaran masyarakat desa secara signifikan. Nurhasanah dan Mulyadi (2021) juga menegaskan bahwa pelatihan manajemen usaha dapat memperbaiki efisiensi operasional pelaku UMKM, meningkatkan literasi keuangan, dan memperluas jejaring usaha.

Sumardjo dan Saharuddin (2020) menekankan bahwa keberhasilan penyuluhan dan pelatihan bergantung pada metode partisipatif dan keberlanjutan program. Pelatihan yang hanya berorientasi pada transfer pengetahuan tanpa pendampingan lanjutan sering kali gagal menciptakan perubahan perilaku ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan sistem pendampingan yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat lokal, seperti yang ditunjukkan oleh Wulandari dan Yulianto (2022) melalui program pendampingan usaha dan akses pasar bagi pelaku ekonomi desa.

Dalam era digital, strategi pemasaran mengalami transformasi signifikan. Rahmawati dan Hastuti (2020) menyatakan bahwa digital marketing menjadi sarana efektif bagi desa untuk mempromosikan produk unggulan tanpa batas geografis. Setiawan dan Lestari (2021) juga menegaskan bahwa media sosial dan e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen.

Pratama dan Safitri (2021) menunjukkan implementasi e-commerce di desa sebagai salah satu solusi pemasaran bagi UMKM lokal yang sebelumnya bergantung pada pasar tradisional. Penerapan platform digital seperti marketplace dan media sosial terbukti menurunkan biaya promosi dan meningkatkan visibilitas produk. Firmansyah dan Kristianto (2022) menambahkan bahwa adopsi teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi pemasaran, tetapi juga memperkuat kemampuan inovasi pelaku usaha desa dalam merespons tren pasar.

Selain digitalisasi, pendekatan kolaboratif juga menjadi faktor penting. Handayani dan Supriyanto (2022) menyoroti pentingnya kolaborasi multi-stakeholder — antara pemerintah desa, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas — untuk menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang

berdaya saing. Suryani dan Putra (2021) menambahkan bahwa kemitraan strategis dengan sektor swasta membantu memperluas jaringan distribusi dan membuka akses modal bagi pelaku ekonomi desa.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) berperan sebagai katalisator dalam pembangunan ekonomi desa. Wijaya dan Kusuma (2020) menjelaskan bahwa BUMDes dapat menjadi wadah pengelolaan usaha bersama, mendorong inovasi produk lokal, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Lembaga ini juga menjadi jembatan antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat desa dalam membangun sinergi ekonomi.

Kusuma dan Safitri (2020) menambahkan bahwa keberhasilan BUMDes sangat bergantung pada kepercayaan dan partisipasi masyarakat. Ketika masyarakat merasa memiliki lembaga tersebut, tingkat keberlanjutan usaha meningkat. Oleh karena itu, model pengelolaan partisipatif dan transparan menjadi syarat penting bagi BUMDes yang efektif.

Menurut Wulandari dan Yulianto (2022), keberlanjutan pemberdayaan ekonomi lokal memerlukan strategi kolaboratif yang mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, dan teknologi. Iwadih (2025) menegaskan bahwa inklusivitas sosial harus menjadi bagian dari strategi pemberdayaan agar tidak hanya menguntungkan kelompok tertentu, tetapi mencakup seluruh lapisan masyarakat.

Nazeri, Hidayat, dan El Maza (2024) menemukan bahwa pemberdayaan yang berkelanjutan memerlukan keseimbangan antara peningkatan kapasitas individu dan penguatan kelembagaan desa. Selain itu, Yuliatiningtyas et al. (2024) menunjukkan bahwa pemberdayaan digital dapat meningkatkan peran perempuan dalam ekonomi pedesaan, memperkuat inklusi sosial, dan mengurangi ketimpangan ekonomi.

Siregar (2024) serta Panjaitan (2024) menekankan bahwa pelatihan pemasaran digital dan branding produk merupakan faktor kunci yang meningkatkan keberhasilan usaha desa di era industri 4.0. Melalui pelatihan digital marketing, pelaku UMKM desa mampu membangun merek, menjangkau konsumen baru, dan memperluas pangsa pasar. Hasil penelitian Zafriana (2024) juga menunjukkan bahwa program pelatihan dan pemasaran digital mampu meningkatkan penjualan produk lokal hingga 30 persen dalam enam bulan implementasi.

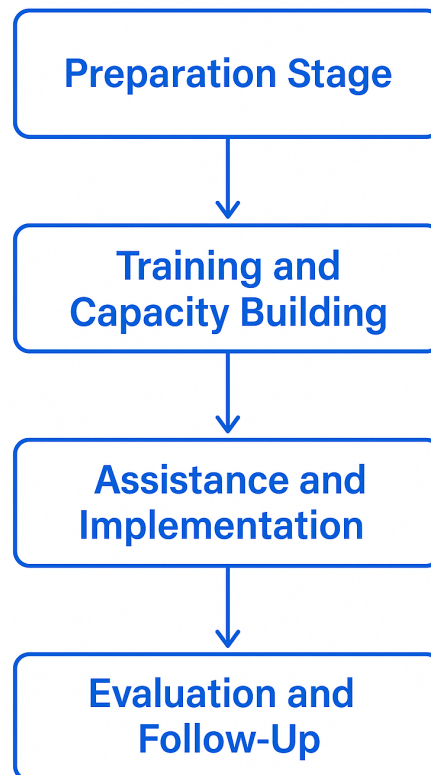
Penelitian Resnawaty (2014) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi berbasis pelatihan kewirausahaan dan pemasaran unggulan dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga desa secara signifikan. Sementara itu, penelitian terbaru oleh Iwadih (2025) menegaskan pentingnya inklusi sosial dan pendekatan kontekstual agar pemberdayaan digital tidak meninggalkan kelompok masyarakat dengan keterbatasan akses teknologi.

Berdasarkan keseluruhan literatur, pemberdayaan ekonomi lokal melalui pelatihan dan pemasaran produk unggulan terbukti mampu menciptakan perubahan nyata di tingkat desa. Integrasi antara pelatihan teknis, pemasaran digital, dan dukungan kelembagaan menjadi kunci keberhasilan program seperti yang telah diterapkan di berbagai wilayah Indonesia.

Dengan mempertimbangkan potensi Desa Sumberlele — baik dari sisi hasil pertanian, kerajinan, maupun kreativitas warganya — pendekatan yang komprehensif berbasis literatur di atas dapat menjadi dasar konseptual yang kuat untuk perancangan program pemberdayaan ekonomi desa yang berkelanjutan, inklusif, dan adaptif terhadap tantangan era digital.

## METODE

Kegiatan pemberdayaan ekonomi lokal di Desa Sumber Lele dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek uta-



Gambar 1: tahapan kegiatan

ma pembangunan. Metode ini bertujuan untuk mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh tahapan kegiatan—mulai dari identifikasi potensi, pelaksanaan pelatihan, hingga strategi pemasaran produk unggulan. Tahapan pelaksanaan meliputi empat langkah utama. Pertama, tahap persiapan, yaitu pemetaan potensi lokal dan analisis kebutuhan masyarakat melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pelaku usaha desa, perangkat desa, dan kelompok masyarakat. Kedua, tahap pelatihan dan peningkatan kapasitas, di mana peserta diberikan pelatihan teknis tentang pengolahan produk, manajemen usaha mikro, pengemasan, serta strategi pemasaran digital. Materi pelatihan disusun secara kontekstual sesuai dengan potensi dan karakteristik produk unggulan Desa Sumber Lele.

Ketiga, tahap pendampingan dan implementasi, di mana peserta didampingi dalam mempraktikkan hasil pelatihan, termasuk pembuatan merek produk, pembuatan akun media sosial usaha, serta simulasi pemasaran online. Keempat, tahap evaluasi dan tindak lanjut, dilakukan melalui observasi partisipatif, kuesioner kepuasan, dan wawancara untuk menilai efektivitas kegiatan dan menyusun rekomendasi keberlanjutan program.

Pendekatan ini menggabungkan metode deskriptif kualitatif dan action research, sehingga hasilnya tidak hanya berupa peningkatan pengetahuan, tetapi juga perubahan perilaku ekonomi masyarakat yang lebih produktif, mandiri, dan berorientasi pasar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan ekonomi lokal merupakan strategi pembangunan yang berfokus pada peningkatan kapasitas masyarakat untuk mengelola sumber daya yang dimiliki secara mandiri dan berkelanjutan. Kartasasmita (2019) mendefinisikan pemberdayaan sebagai proses membangun kemampuan masyarakat agar dapat berpartisipasi aktif dalam setiap tahap pembangunan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan yang memiliki inisiatif dan tanggung jawab atas kemajuan ekonominya sendiri.

Dalam konteks pedesaan, pemberdayaan ekonomi lokal menjadi sangat penting karena sebagian besar desa di Indonesia masih bergantung pada sektor pertanian tradisional dengan nilai tambah rendah. Chambers (2019) menjelaskan bahwa pembangunan yang efektif harus dimulai dari masyarakat itu sendiri — *development from below* — agar program yang dijalankan benar-benar sesuai dengan kebutuhan lokal. Desa Sumberlele di Kabupaten Probolinggo memiliki potensi ekonomi berbasis sumber daya alam seperti hasil pertanian, perkebunan, dan produk olahan rumahan. Namun, tanpa intervensi pemberdayaan yang terarah, potensi ini akan sulit berkembang menjadi kekuatan ekonomi yang berdaya saing.

Sutrisno dan Wibowo (2021) menegaskan bahwa pengembangan ekonomi lokal tidak hanya bergantung pada sumber daya alam, tetapi juga pada kemampuan masyarakat untuk mengelola potensi tersebut melalui inovasi, organisasi, dan kemitraan. Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi di Desa Sumberlele perlu diarahkan pada tiga aspek utama: (1) peningkatan kapasitas individu melalui pelatihan dan pendampingan, (2) penguatan kelembagaan lokal seperti BUMDes, dan (3) strategi pemasaran yang adaptif terhadap era digital.

Pelatihan merupakan komponen dasar dalam pemberdayaan masyarakat. Menurut Hidayat dan Nurjannah (2022), pelatihan kewirausahaan mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan keterampilan produksi, pengelolaan keuangan, dan strategi bisnis pelaku usaha mikro di desa. Di Desa Sumberlele, pelatihan teknis diarahkan pada tiga bidang utama: pengolahan hasil pertanian, pengembangan kerajinan tangan, dan peningkatan kualitas kemasan produk lokal.

Hasil penelitian Nurhasanah dan Mulyadi (2021) menunjukkan bahwa pelatihan manajemen usaha yang dilakukan secara partisipatif dapat meningkatkan kemampuan pengusaha mikro dalam perencanaan bisnis, pencatatan keuangan, serta distribusi produk. Selain itu, pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses pelatihan terbukti meningkatkan motivasi dan rasa memiliki terhadap program yang dijalankan (Sumardjo Saharuddin, 2020).

Program pelatihan di Desa Sumberlele juga tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga pada pembentukan kelompok usaha bersama (KUB) yang bertujuan memperkuat posisi tawar masyarakat di pasar. Konsep ini sejalan dengan pandangan Resnawaty (2014), bahwa pemberdayaan ekonomi berbasis kelompok dapat menciptakan kolaborasi dan solidaritas sosial yang menjadi fondasi ekonomi desa.

Lebih jauh lagi, Lestari (2021) dalam evaluasinya terhadap program pelatihan kewirausahaan menemukan bahwa efektivitas pelatihan sangat bergantung pada kesinambungan pendampingan pasca-pelatihan. Tanpa dukungan lanjutan seperti konsultasi bisnis atau akses modal, hasil pelatihan sering kali tidak berdampak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, dalam konteks Desa Sumberlele, kegiatan pelatihan sebaiknya dirancang sebagai bagian dari siklus berkelanjutan yang melibatkan pelatihan awal, pendampingan bisnis, evaluasi kinerja, dan pelatihan lanjutan.

Produk unggulan desa merupakan aset penting dalam penguatan ekonomi lokal. Anggraini (2021) menegaskan bahwa pengembangan produk unggulan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat identitas ekonomi desa. Produk unggulan sering kali mencerminkan kekhasan lokal seperti cita rasa, bahan baku, atau teknik produksi tradisional yang bernilai budaya tinggi.

Di Desa Sumberlele, potensi produk unggulan meliputi hasil olahan pertanian (seperti keripik singkong, kopi robusta lokal, dan gula semut), serta produk kerajinan berbasis bahan alami seperti bambu dan pandan. Untuk meningkatkan daya saing produk tersebut, dibutuhkan inovasi pada tahap produksi dan pengemasan. Penelitian Prasetyo dan Wulandari (2020) menunjukkan bahwa inovasi produk lokal dapat meningkatkan nilai tambah hingga 30–40

Rahman dan Marlina (2021) menekankan pentingnya branding dan packaging dalam menciptakan citra positif terhadap produk desa. Produk dengan desain kemasan menarik dan merek yang mudah diingat memiliki peluang lebih besar untuk diterima di pasar modern. Hal ini terbukti pula dalam studi Zafriana (2024) yang menunjukkan bahwa penguatan merek lokal secara digital mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk desa.

Untuk mendukung pengembangan produk unggulan, keberadaan lembaga ekonomi desa seperti BUMDes sangat strategis. Wijaya dan Kusuma (2020) menjelaskan bahwa BUMDes dapat menjadi lembaga pengelola produksi dan distribusi produk lokal, serta memfasilitasi promosi dan akses ke pasar regional. Model seperti ini dapat diterapkan di Desa Sumberlele sebagai wadah ekonomi kolektif yang memperkuat keberlanjutan usaha masyarakat.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma pemasaran di berbagai sektor, termasuk ekonomi pedesaan. Menurut Rahmawati dan Hastuti (2020), penerapan strategi pemasaran berbasis digital dapat memperluas jangkauan produk desa hingga ke pasar nasional dan internasional. Melalui platform e-commerce, media sosial, dan website desa, masyarakat kini dapat menjual produk tanpa bergantung pada perantara tradisional.

Penelitian Setiawan dan Lestari (2022) menggarisbawahi bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi sarana promosi efektif bagi pelaku UMKM lokal. Melalui konten kreatif, masyarakat desa dapat memperkenalkan produk unggulannya secara visual dan menarik. Hal ini diperkuat oleh hasil studi Firmansyah dan Kristianto (2022), yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan omzet hingga 25

Panjaitan (2024) mengungkapkan bahwa pelatihan pemasaran digital memiliki efek ganda: pertama, meningkatkan kemampuan teknis pelaku usaha dalam mengelola platform online; kedua, membangun kepercayaan diri masyarakat dalam berinteraksi dengan pasar global. Siregar (2024) menambahkan bahwa literasi digital menjadi fondasi penting agar masyarakat mampu menavigasi dunia pemasaran online dengan aman dan produktif.

Dalam konteks Desa Sumberlele, pelatihan digital marketing dapat difokuskan pada pembuatan konten produk, fotografi sederhana, penulisan deskripsi menarik, serta strategi komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, desa dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah atau perguruan tinggi untuk membangun e-marketplace berbasis desa yang mengintegrasikan semua produk unggulan masyarakat dalam satu platform.

Kelembagaan desa, terutama BUMDes, memainkan peran penting dalam mengorganisasi aktivitas ekonomi masyarakat. Wijaya dan Kusuma (2020) menegaskan bahwa BUMDes berfungsi sebagai lembaga sosial-ekonomi yang mampu menampung kegiatan produksi, memfasilitasi pelatihan, serta memasarkan produk lokal secara kolektif. Dengan demikian, BUMDes bukan hanya entitas bisnis, tetapi juga alat pemberdayaan masyarakat.

Handayani dan Supriyanto (2022) menekankan pentingnya kolaborasi multi-stakeholder an-

tara pemerintah desa, akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang berdaya saing. Kemitraan semacam ini tidak hanya memberikan dukungan finansial dan teknis, tetapi juga memperluas jaringan distribusi dan promosi. Suryani dan Putra (2021) menunjukkan bahwa kemitraan strategis dengan sektor swasta memungkinkan transfer teknologi dan peningkatan standar produksi.

Wulandari dan Yulianto (2022) menambahkan bahwa pendampingan usaha dan akses pasar menjadi faktor krusial dalam menjaga keberlanjutan pemberdayaan. Program pendampingan yang berkelanjutan membantu masyarakat menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar dan mengatasi tantangan operasional. Dengan sinergi lintas sektor, kegiatan pemberdayaan ekonomi di Desa Sumberlele berpotensi menjadi model replikasi untuk desa-desa lain di Kabupaten Probolinggo.

Dampak utama dari pemberdayaan ekonomi lokal dapat dilihat dari tiga dimensi: ekonomi, sosial, dan psikologis. Dari sisi ekonomi, penelitian Zafriana (2024) menunjukkan bahwa pelatihan dan pemasaran digital mampu meningkatkan pendapatan masyarakat desa secara signifikan dalam waktu singkat. Dampak ini juga diamini oleh Nazeri, Hidayat, dan El Maza (2024), yang menemukan bahwa pembangunan ekonomi berbasis pelatihan dan kolaborasi mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga hingga 40

Dari sisi sosial, pemberdayaan meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dan memperkuat kohesi sosial antarwarga (Kusuma Safitri, 2020). Masyarakat menjadi lebih aktif dalam kegiatan ekonomi kolektif dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan desa. Dari sisi psikologis, kegiatan pelatihan dan pemasaran digital menumbuhkan semangat kewirausahaan, terutama di kalangan perempuan dan generasi muda (Yuliatiningtyas et al., 2024). Mereka tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga aktor utama dalam menggerakkan perekonomian desa.

Secara keseluruhan, kegiatan pemberdayaan di Desa Sumberlele berpotensi menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, sesuai dengan prinsip Sustainable Development Goals (SDGs) poin 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Keberhasilan program ini juga berimplikasi pada meningkatnya ketahanan sosial dan budaya masyarakat desa, karena aktivitas ekonomi yang dilakukan berakar pada nilai dan tradisi lokal.

Meskipun hasil pemberdayaan menunjukkan capaian positif, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar keberhasilan program bersifat jangka panjang. Pertama, keterbatasan akses permodalan masih menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha mikro di desa. Tanpa dukungan kredit mikro atau lembaga keuangan inklusif, ekspansi usaha sulit dilakukan. Kedua, literasi digital yang rendah di kalangan masyarakat usia lanjut menjadi kendala dalam adopsi teknologi pemasaran digital (Firmansyah Kristianto, 2022).

Ketiga, masalah konsistensi produksi dan kualitas produk juga perlu mendapat perhatian. Tanpa standarisasi mutu dan kontrol kualitas, produk unggulan sulit bersaing di pasar yang lebih luas (Suharto Widodo, 2020). Selain itu, ketergantungan terhadap pihak eksternal dalam pendampingan bisa menjadi risiko jika tidak dibarengi dengan penguatan kapasitas lokal. Oleh karena itu, keberlanjutan program pemberdayaan harus didukung oleh sistem kelembagaan yang kuat, partisipasi masyarakat yang tinggi, serta kebijakan pemerintah desa yang berpihak pada pengembangan ekonomi lokal.

Strategi keberlanjutan dapat meliputi pembentukan *center of excellence* di bidang kewirausahaan desa, digitalisasi sistem pemasaran berbasis website desa, dan program pelatihan berjenjang. Dengan dukungan universitas, LSM, dan sektor swasta, Desa Sumberlele dapat mengembangkan model pemberdayaan ekonomi yang menjadi rujukan bagi wilayah lain di Probolinggo.

Secara konseptual, model pemberdayaan ekonomi lokal di Desa Sumberlele dapat dipahami



Gambar 2: Paparan Pelatihan Pada Hari Pertama



Gambar 3: Paparan Pelatihan pada Hari Kedua

sebagai integrasi dari tiga pendekatan utama: kapasitas manusia (*human capital development*), penguatan kelembagaan (*institutional empowerment*), dan transformasi digital (*technological empowerment*). Ketiganya berinteraksi secara sinergis untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Dari perspektif teoretis, hasil ini memperkuat teori pemberdayaan berbasis komunitas (*community-based empowerment*) sebagaimana dikemukakan oleh Chambers (Chambers, 2019), bahwa keberhasilan pembangunan desa bergantung pada inisiatif dan kemandirian masyarakat lokal. Secara praktis, model ini menegaskan pentingnya pelatihan dan digitalisasi sebagai motor utama dalam menciptakan ekonomi desa yang adaptif terhadap perubahan zaman.

## KESIMPULAN

Pemberdayaan ekonomi lokal di Desa Sumberlele melalui program pelatihan dan pemasaran produk unggulan terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Program ini berhasil menggerakkan potensi ekonomi lokal dengan cara yang lebih inovatif, inklusif, dan berkelanjutan. Sinergi antara pelatihan kewirausahaan, inovasi produk, pemasaran digital, serta penguatan kelembagaan desa telah menciptakan dampak ekonomi dan sosial yang signifikan.

Dari sisi ekonomi, masyarakat mengalami peningkatan kapasitas produksi dan pendapatan berkat kemampuan baru dalam mengelola usaha dan memasarkan produk ke pasar yang lebih luas. Dari sisi sosial, terjadi peningkatan rasa percaya diri, kemandirian, serta semangat kolaborasi antarwarga. Lebih jauh lagi, pemberdayaan ini turut memperkuat peran perempuan dan pemuda desa sebagai aktor ekonomi baru di sektor UMKM dan ekonomi kreatif.

Namun, tantangan masih perlu diantisipasi untuk menjamin keberlanjutan program. Keterbatasan akses modal, literasi digital yang belum merata, serta ketergantungan pada pendam-

pingan eksternal dapat menghambat keberlanjutan hasil yang telah dicapai. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih terintegrasi untuk menjaga kesinambungan pemberdayaan ekonomi lokal di Desa Sumberlele.

Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi kegiatan, beberapa rekomendasi program pengabdian masyarakat yang dapat dikembangkan di masa mendatang meliputi:

### **Program Pelatihan Digital Terpadu (Digital Entrepreneurship Village Program)**

Masyarakat perlu difasilitasi untuk menguasai keterampilan digital secara menyeluruh — mulai dari pemasaran daring, fotografi produk, manajemen toko online, hingga literasi keuangan digital. Program ini dapat dikembangkan melalui kerja sama dengan perguruan tinggi, Dinas Kominfo, serta platform e-commerce nasional. Pelatihan berbasis praktik langsung dengan pendampingan berkelanjutan akan memperkuat daya saing produk unggulan desa di pasar digital.

### **Pusat Inkubasi Bisnis dan Inovasi Produk Desa (Village Innovation Hub)**

Diperlukan ruang bersama bagi masyarakat untuk berinovasi, mendesain, dan mengembangkan produk lokal secara kolektif. Village Innovation Hub ini dapat berfungsi sebagai wadah pelatihan desain kemasan, pengujian mutu produk, dan konsultasi bisnis. Dengan dukungan perguruan tinggi dan lembaga litbang daerah, pusat inovasi ini dapat menjadi motor utama pengembangan produk unggulan Desa Sumberlele secara berkelanjutan.

### **Program Kemitraan Ekonomi Inklusif**

Pemerintah desa bersama BUMDes dapat menginisiasi kemitraan strategis dengan sektor swasta, koperasi, dan lembaga perbankan mikro untuk memperluas akses modal dan jaringan distribusi. Program ini bertujuan memperkuat rantai nilai ekonomi lokal melalui kolaborasi yang saling menguntungkan. Model kemitraan ini juga perlu memasukkan unsur tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) agar memberikan dampak ekonomi langsung bagi masyarakat desa.

### **Pemberdayaan Ekonomi Perempuan dan Pemuda Desa**

Kegiatan pengabdian selanjutnya perlu memberi perhatian khusus pada peran perempuan dan generasi muda dalam ekosistem ekonomi lokal. Pelatihan keterampilan kreatif, seperti desain produk, kuliner inovatif, dan content creation dapat membuka peluang wirausaha baru yang lebih relevan dengan era digital. Dengan pemberdayaan yang inklusif, Desa Sumberlele akan memiliki sumber daya manusia yang dinamis dan adaptif terhadap perubahan zaman.

### **Program Penguatan Kelembagaan BUMDes dan Tata Kelola Ekonomi Desa**

Untuk menjaga keberlanjutan hasil program, diperlukan pelatihan dan pendampingan tata kelola kelembagaan bagi pengurus BUMDes, kelompok usaha, dan koperasi lokal. Fokusnya mencakup transparansi keuangan, akuntabilitas, pengelolaan aset, serta strategi bisnis jangka panjang. Dengan kelembagaan yang kuat, BUMDes dapat menjadi pusat ekonomi desa yang mandiri dan mampu mengoordinasikan berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat.

### **Pendidikan Keuangan dan Literasi Ekonomi Keluarga Desa**

Pemberdayaan ekonomi tidak akan optimal tanpa literasi keuangan di tingkat keluarga. Program edukasi pengelolaan keuangan rumah tangga, tabungan kelompok, serta investasi mikro perlu diperluas agar masyarakat memiliki ketahanan finansial. Kegiatan ini juga berperan penting dalam mendorong budaya menabung, menghindari praktik pinjaman informal, dan membangun kesadaran investasi produktif di desa.

### **Pengembangan Ekowisata dan Branding Desa Tematik**

Dengan potensi alam dan budaya yang dimiliki, Desa Sumberlele juga berpeluang mengembangkan sektor ekowisata berbasis produk unggulan. Kegiatan pengabdian dapat difokuskan pada pelatihan destination branding, promosi wisata berbasis media digital, serta kolaborasi antara pelaku wisata dan pengrajin lokal. Model ini tidak hanya memperluas pasar produk unggulan, tetapi juga menumbuhkan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

### **Sistem Monitoring dan Evaluasi Berbasis Data (Village Data Dashboard)**

Untuk memastikan setiap program pengabdian berjalan efektif, perlu dibangun sistem data desa berbasis digital yang mencatat capaian, hambatan, serta indikator keberhasilan pemberdayaan ekonomi. Dengan dashboard ini, pemerintah desa dan mitra akademik dapat memantau perkembangan usaha masyarakat dan menyesuaikan strategi intervensi secara tepat waktu.

### **Pustaka**

- Robert Chambers. *Pembangunan Desa: Mulai dari Masyarakat*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2019.
- Deni Firmansyah and Paulus Kristianto. Adopsi teknologi digital dalam pemasaran produk lokal desa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 11(2):123–138, 2022.
- Tri Handayani and Agung Supriyanto. Kolaborasi multi-stakeholder dalam pengembangan ekonomi lokal desa. *Jurnal Administrasi Publik*, 18(1):88–105, 2022.
- Taufik Hidayat and Siti Nurjannah. Pelatihan kewirausahaan sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3):201–215, 2022.
- I. Iwadih. Strategies for economic empowerment and social inclusion in rural local contexts. *Ligundi : Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 1(6):13–25, 2025. URL <https://ejournal.staialhikmahpariangan.ac.id/Journal/index.php/ligundi/article/download/914/479>.
- Ginanjar Kartasasmita. *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep Pembangunan yang Berakar pada Masyarakat*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Jakarta, 2019.
- Hendra Kusuma and Yuni Safitri. Modal sosial dan pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 8(1):67–82, 2020.
- Dewi Lestari. Evaluasi program pelatihan kewirausahaan terhadap pengembangan umkm desa. Tesis magister, Universitas Brawijaya, 2021.
- R. Nazeri, Hidayat and R. El Maza. Encouraging community empowerment and local economic independence in villages through sustainable economic development

- techniques. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 2(4):614–620, 2024. URL <https://wsj.westscience-press.com/index.php/wsee/article/download/1442/1458/9947>.
- Neneng Nurhasanah and Dedi Mulyadi. Peningkatan kapasitas pelaku umkm melalui pelatihan manajemen usaha. *Jurnal Abdimas*, 5(2):156–168, 2021.
- F.A.B.K. Panjaitan. Pelatihan branding dan pemasaran online untuk umkm di desa sindangkasih. *Jurnal Pengabdian Masyarakat : Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 2(5): 253–262, 2024. URL <https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/JPMWidina/article/view/805>.
- Adi Prasetyo and Rina Wulandari. Inovasi produk lokal sebagai strategi pengembangan ekonomi desa. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, pages 234–242. Universitas Diponegoro, 2020.
- Yoga Pratama and Indah Safitri. Implementasi e-commerce untuk pemasaran produk umkm desa. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi*, pages 89–96. Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2021.
- Fauzi Rahman and Eka Marlina. Branding dan packaging produk desa untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(3):178–192, 2021.
- Sri Rahmawati and Dwi Hastuti. Strategi pemasaran produk unggulan desa berbasis digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1):78–92, 2020.
- R. Resnawaty. Pemberdayaan ekonomi lokal: Pelatihan kewirausahaan dan pemasaran produk unggulan desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2014. URL <https://jurnal.unpad.ac.id/share/article/view/13058>. Universitas Padjadjaran.
- N.M. Siregar. Empowerment of rural communities through information technology training and digital marketing. *International Journal of Community Service and Innovation*, 1(4): 117–124, 2024. URL <https://afdifaljournal.com/journal/index.php/ijcsi/article/download/195/180>.
- Sumardjo and Saharuddin. *Penyuluhan Pembangunan: Paradigma Baru untuk Pemberdayaan Masyarakat*. IPB Press, Bogor, 2020.
- Ni Luh Suryani and I Made Putra. Kemitraan strategis dalam pemasaran produk unggulan desa. In *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi dan Bisnis*, pages 301–310. Universitas Udayana, 2021.
- Edi Sutrisno and Agus Wibowo. Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui pengembangan produk unggulan lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2):145–160, 2021.
- Made Wijaya and I Gede Kusuma. Peran bumdes dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2):312–328, 2020.
- Siska Wulandari and Eko Yulianto. Pendampingan usaha dan akses pasar bagi pelaku ekonomi desa. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 10(2):145–159, 2022.
- Solikhah Yuliatiningtyas, Syaharani A. Putriani, and Tyan A. Ramadiansyah. Empowerment of digital marketing and women’s role in rural economic development: A case study in nglinggi village, klaten, central java. *Golden Ratio : Journal of Management and Marketing*, 4(2):101–28, 2024. URL <https://goldenratio.id/index.php/>

[grmapb/article/download/432/318/3332](https://grmapb/article/download/432/318/3332).

- L. Zafriana. Pemberdayaan ekonomi lokal melalui pelatihan dan pemasaran produk unggulan. *Kontribusi : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1):95–105, 2024. URL <https://jurnal.ciptamediaharmoni.id/index.php/kontribusi/article/view/493>.