

Optimizing Digitalization of MSMEs Marketing Pinang Iris Koin in Sungai Dusun Village, Batang Tuaka District

Qusthoniah^{1*}, Andika Utomo², Arif Setiawan³, Nur Rahmawati⁴, Dahlia Munawwarah⁵, Maqfirah Utami⁶, Atikah⁷, Sri Helina⁸, Zahra Assaufi Irawan⁹, Wisnu Abas¹⁰, Muhammad Albed Dero¹¹, Mahali Fiqri¹²
Universitas Islam Indragiri

Corresponding Author: Qusthoniah qusthoniah@unisiac.id

ARTICLE INFO

Keywords: KKN, MSME, Pinang Iris Koin, Digitalization, Individual Economy

Received : 5, September

Revised : 25, September

Accepted: 26, October

©2025 Qusthoniah, Utomo, Setiawan, Rahmawati, Munawwarah, Utami, Atikah, Helina, Irawan, Abas, Dero, Fiqri : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Pinang iris is a processed product made from young areca nuts that are thinly sliced into coin shapes and dried to a moisture content of 5–9%. This product has economic value as it is used as a traditional complement, an ingredient in beverages, and a spice that is widely consumed in eastern Indonesia and has export potential. However, businesses in Sungai Dusun Village still face challenges in processing, packaging, and marketing, which are generally traditional in nature. Through the Community Service Learning (CSL) program focused on digital-based SME development, the community received training in production, packaging, business management, and digital marketing via social media and online marketplaces. The program's outcomes demonstrated improved skills, expanded markets, and higher individual income potential. This initiative demonstrates that digitalizing the pinang iris coin SME sector can support individual economic growth while strengthening village economic self-reliance.

Optimizing Digitalization of MSMEs Marketing Pinang Iris Koin in Sungai Dusun Village, Batang Tuaka District

Qusthoniah^{1*}, Andika Utomo², Arif Setiawan³, Nur Rahmawati⁴, Dahlia Munawwarah⁵, Maqfirah Utami⁶, Atikah⁷, Sri Helina⁸, Zahra Assaufi Irawan⁹, Wisnu Abas¹⁰, Muhammad Albed Dero¹¹, Mahali Fiqri¹²
Universitas Islam Indragiri

Corresponding Author: Qusthoniah qusthoniah@unisiac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: KKN, UMKM, Pinang Iris Koin, Digitalisasi, Ekonomi Individu

Received : 5, September

Revised : 25, September

Accepted: 26, Oktober

©2025 Qusthoniah, Utomo, Setiawan, Rahmawati, Munawwarah, Utami, Atikah, Helina, Irawan, Abas, Dero, Fiqri : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Pinang iris adalah olahan biji pinang muda yang diiris tipis berbentuk koin dan dikeringkan hingga kadar air 5-9%. Produk ini bernilai ekonomi karena digunakan sebagai pelengkap adat, bahan seduhan, serta rempah yang banyak dikonsumsi di wilayah timur Indonesia dan berpotensi ekspor. Namun, pelaku usaha di Desa sungai dusun masih menghadapi kendala dalam pengolahan, pengemasan, dan pemasaran yang umumnya bersifat tradisional. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) bertema pengembangan UMKM berbasis digital, masyarakat mendapat pelatihan produksi, pengemasan, manajemen usaha, serta pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan, perluasan pasar, serta potensi pendapatan individu yang lebih tinggi. Program ini membuktikan bahwa digitalisasi UMKM pinang iris koin mampu mendukung peningkatan ekonomi individu sekaligus memperkuat kemandirian ekonomi individu.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang sangat penting dalam ekonomi Indonesia. Mereka berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat daerah. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM memberikan lebih dari 60% kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama di wilayah pedesaan.

Desa Sungai Dusun adalah salah satu desa yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan UMKM yang bertumpu pada hasil pertanian. Salah satu jenis usaha yang ada di desa ini adalah UMKM individu yang memproduksi pinang iris koin. Usaha ini mengolah buah pinang menjadi potongan berbentuk koin yang kemudian dijual di pasar lokal dan regional. Produk ini memiliki peluang pasar yang luas, sebab pinang sangat dibutuhkan baik di dalam negeri maupun untuk tujuan ekspor.

Meskipun demikian, para pelaku UMKM pinang iris koin masih menghadapi sejumlah tantangan dalam menjalankan bisnis mereka. Beberapa masalah yang dihadapi termasuk keterbatasan dalam kemasan produk, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran, sedikitnya penggunaan teknologi digital, dan belum ada pencatatan keuangan yang baik. Situasi ini mengakibatkan rendahnya daya saing produk di pasar dan terbatasnya jangkauan pemasaran. Pemasaran digital dijelaskan sebagai cara untuk mempromosikan produk dan layanan melalui teknologi digital, perangkat mobile, dan internet, yang berbeda dengan pemasaran di internet (Natalia, 2020).

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) muncul sebagai salah satu cara mahasiswa untuk melayani masyarakat dengan memberikan bantuan dan solusi terhadap masalah-masalah tersebut. Dalam kegiatan KKN, mahasiswa mendampingi UMKM pinang iris koin dengan menekankan peningkatan kualitas produk, memperkenalkan strategi pemasaran digital, serta melakukan pencatatan keuangan secara sederhana. Diharapkan, kegiatan ini bisa meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan penulisan jurnal ini adalah untuk menggambarkan proses pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN terhadap UMKM pinang iris koin di Desa Sungai Dusun, serta menganalisis dampak yang ditimbulkan pada pengembangan usaha.

PELAKSAAN DAN METODE

Kegiatan ini adalah bagian dari Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang diadakan oleh Universitas Islam Indragiri di Desa Sungai Dusun pada Agustus 2025. Program ini bertujuan untuk mengenalkan dan menerapkan digitalisasi pemasaran kepada pelaku UMKM pinang iris koin yang masih melakukannya secara individual.

Berikut adalah tahapan kegiatan yang dilakukan:

- a. Pengamatan Awal: Mahasiswa KKN melakukan observasi langsung terhadap aktivitas pelaku UMKM pinang iris koin. Dari pengamatan ini, terlihat bahwa banyak pelaku usaha masih memasarkan produk mereka dengan cara tradisional melalui pengepul, yang menyebabkan harga jual rendah dan keuntungan yang terbatas.
- b. Koordinasi dan Persiapan Kegiatan: Tim KKN berkolaborasi dengan perangkat desa dan pelaku UMKM untuk merancang kegiatan pengembangan pemasaran digital.
- c. Menyusun materi kegiatan yang mencakup: strategi branding produk melalui foto, deskripsi, dan kemasan.
- d. Pelaksanaan Kegiatan: Penyampaian materi terkait konsep dasar pemasaran digital dan manfaatnya bagi usaha individu. Juga dilakukan pendampingan untuk membuat akun bisnis sederhana di TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kegiatan

Kegiatan KKN yang dilaksanakan di Desa Sungai Dusun berorientasi pada pengembangan pemasaran digital untuk UMKM pinang iris koin. Selama ini, para pelaku usaha menjalani bisnis mereka secara mandiri dan hanya memasarkan barang melalui cara tradisional, yaitu dengan menjual langsung kepada tengkulak. Keadaan ini menyebabkan harga jual menjadi rendah dan keuntungan terbatas. Dalam kegiatan KKN ini, pelaku UMKM diperkenalkan kepada pemasaran digital dengan memanfaatkan platform sederhana dan mudah digunakan seperti TikTok.

Peningkatan Pengetahuan Pelaku Usaha

Setelah pelaksanaan kegiatan, pelaku UMKM mulai memahami dasar-dasar pemasaran digital, seperti pentingnya foto produk yang menarik, deskripsi yang ringkas, dan berinteraksi dengan konsumen secara online. Sebelum kegiatan dilakukan, pelaku usaha tidak pernah mencoba mempromosikan barang mereka melalui media digital. Namun, setelah mendapatkan bimbingan, pelaku menjadi mampu.

Dampak Terhadap Pengembangan Usaha Individu

Hasil yang dapat dilihat setelah penerapan pemasaran digital adalah sebagai berikut:

- 1) Akses pasar lebih luas, tidak hanya tergantung pada tengkulak lokal, tetapi juga bisa menjangkau konsumen dari luar daerah lain melalui platform media sosial.
- 2) Nilai jual produk meningkat, karena pelaku usaha bisa langsung menawarkan harga kepada konsumen tanpa ada pihak ketiga.
- 3) Kemandirian pelaku usaha meningkat, yang terlihat dari keberanian mereka dalam mencoba taktik promosi yang baru dan melakukan pencatatan hasil penjualan dengan cara yang sederhana.

Tantangan yang Dihadapi: Pengemasan produk yang simpel, sehingga promosi digital belum optimal dalam hal tampilan produk.

Dampak Kegiatan: Aktivitas ini menunjukkan bahwa digitalisasi dalam pemasaran bisa menjadi langkah penting untuk meningkatkan pendapatan individu pelaku UMKM pinang iris koin. Dengan pengetahuan baru yang didapat, pelaku usaha mempunyai kesempatan untuk memperluas pasar, menaikkan nilai produk, dan mengurangi ketergantungan pada tengkulak.

Akan tetapi, keberhasilan dalam jangka panjang masih memerlukan pendampingan yang terus-menerus, baik untuk peningkatan keterampilan digital, peningkatan kualitas kemasan, maupun dukungan pada infrastruktur.

Kegiatan KKN di Desa Sungai Dusun yang fokus pada digitalisasi pemasaran untuk UMKM pinang iris koin menunjukkan betapa strategi yang sederhana dapat membantu pelaku usaha kecil beradaptasi dengan perubahan zaman. Sebelum program ini dimulai, banyak di antara para pelaku usaha masih menggunakan metode penjualan tradisional melalui tengkulak. Meskipun cara ini membuat produk cepat terjual, harga yang ditetapkan lebih rendah, sehingga keuntungan yang didapat pelaku usaha jadi terbatas. Kondisi inilah yang membuat pentingnya pengenalan pemasaran digital kepada pelaku usaha.



Gambar 1. Pengenalan Pemasaran Digital kepada Pelaku Usaha

Pemasaran digital diperkenalkan tidak hanya sekadar ide, tetapi juga sebagai strategi yang praktis dan langsung dapat diterapkan. Dalam konteks ini, mahasiswa KKN memberikan penjelasan tentang keuntungan promosi lewat platform media sosial, seperti TikTok. Materi yang disampaikan disusun dengan cara yang sederhana agar mudah dipahami, karena banyak pelaku UMKM yang belum terbiasa menggunakan aplikasi digital untuk kepentingan bisnis mereka. Dengan pendekatan ini, para pelaku usaha dapat menyadari bahwa pemasaran secara online tidak sesulit yang mereka bayangkan.

Selama kegiatan berlangsung, para pelaku UMKM mendapatkan bimbingan langsung untuk membuat akun bisnis yang sederhana. Ini menjadi pengalaman baru bagi mereka karena sebelumnya, media sosial hanya digunakan untuk komunikasi sehari-hari dan bukan untuk jual beli. Setelah mendapatkan arahan, mereka bisa menampilkan produk dalam bentuk katalog,

mencantumkan harga, serta menyediakan kontak agar calon pembeli lebih mudah melakukan pemesanan. Perubahan kecil ini menunjukkan adanya perubahan cara berpikir dari sekadar menjual langsung produk, menjadi lebih aktif dalam menciptakan jaringan pasar.



Gambar 2. Pinang Iris Yang Dijual Langsung Tanpa Packaging

Selain memperkenalkan akun bisnis, mahasiswa juga memberikan petunjuk teknis tentang cara menampilkan produk agar lebih menarik. Pinang iris koin yang sebelumnya dikemas seadanya kini difoto menggunakan pencahayaan alami dan latar belakang yang sederhana, sehingga terlihat lebih bersih dan rapi. Foto produk tersebut kemudian disertai deskripsi singkat yang menjelaskan kualitas, ukuran, dan harga, sehingga informasi menjadi lebih jelas untuk calon konsumen. Dengan tampilan seperti itu, daya tarik produk jadi meningkat meskipun tidak ada perubahan besar dalam cara produksinya.

Keuntungan lainnya yang dirasakan adalah munculnya kesempatan untuk pasar baru. Kini, ada pelanggan dari luar daerah yang mulai mengetahui produk pinang iris koin Sungai Dusun setelah dipromosikan di media sosial. Meskipun masih dalam jumlah kecil, ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat membawa produk desa ke perhatian lebih luas tanpa harus bergantung pada jaringan tengkulak. Dengan cara ini, pelaku usaha memiliki kebebasan lebih dalam menetapkan harga karena berhubungan langsung dengan pelanggan akhir.

Dari segi ekonomi, meskipun pertumbuhan pendapatan belum tampak besar dalam waktu singkat, potensi ke arah itu terlihat jelas. Selisih harga antara menjual pinang mentah dan pinang iris koin yang telah dipasarkan secara online memberikan tambahan keuntungan. Dengan pemasaran digital, pelaku usaha dapat mengurangi ketergantungan pada tengkulak dan secara perlahan membangun kemandirian bisnis. Ini adalah nilai tambah utama dari kegiatan KKN yang berbasis pada digitalisasi pemasaran.



Gambar 3. Pinang Iris Setelah Diberi Packaging dan Siap Dipasarkan Secara Digital

Salah satu masalah yang dihadapi adalah keandalan jaringan internet di desa yang masih belum stabil. Terkadang, pelaku usaha kesulitan mengunggah konten atau membalas pesan dari pelanggan dengan cepat. Namun, interaksi yang cepat merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam promosi digital. Keadaan ini menunjukkan pentingnya dukungan infrastruktur agar pemasaran digital dapat berjalan dengan baik.

Selain dari jaringan, pengemasan produk juga merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Meskipun promosi digital dapat menjangkau banyak orang, daya tarik produk masih ditentukan oleh cara kemasannya. Misalnya, pinang iris yang masih dikemas secara sederhana terlihat kurang menarik bagi calon pembeli dari luar daerah. Oleh sebab itu, meski kegiatan KKN ini berhasil memperkenalkan pemasaran digital, peningkatan kualitas kemasan tetap diperlukan agar produk bisa bersaing lebih baik.

Walaupun mengalami beberapa kendala, kegiatan KKN ini juga memberikan dorongan yang besar bagi pelaku UMKM. Kepercayaan diri mereka meningkat setelah menyadari bahwa mereka bisa melakukan promosi sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Perubahan cara pikir seperti ini sangat penting, karena merupakan dasar untuk terus berusaha dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi.

Dari perspektif pendidikan masyarakat, kegiatan ini menunjukkan dengan jelas bagaimana berbagi pengetahuan sederhana bisa memberikan dampak yang signifikan. Mahasiswa tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberikan dukungan yang membuat para pelaku usaha merasa lebih dihargai dan didukung. Dengan pendekatan yang melibatkan partisipasi ini, proses penerimaan informasi menjadi lebih mudah, sehingga para pelaku usaha benar-benar mengerti keuntungan dari pemasaran digital.

Bagi pelajar, kegiatan ini memberikan pengalaman yang sangat berarti untuk memahami situasi sebenarnya UMKM di desa. Mereka menyadari bahwa masalah yang dihadapi oleh usaha kecil tidak hanya berkaitan dengan produksi, tetapi juga mencakup pemasaran, kebutuhan modal, dan keterbatasan infrastruktur. Dengan terlibat langsung di lapangan, pelajar memperoleh pengetahuan yang bersifat praktis serta teoritis, yang dapat meningkatkan keterampilan sosial, kepemimpinan, dan kemampuan memecahkan masalah.

Kegiatan ini juga menunjukkan betapa pentingnya kerja sama antara universitas, masyarakat, dan pemerintah desa. Tanpa koordinasi yang baik, pelaksanaan program tidak akan berlangsung dengan efektif. Kemitraan ini perlu terus ditingkatkan agar dukungan untuk UMKM tidak hanya terhenti pada tahap pengenalan digital, tetapi melanjut ke penguatan kapasitas, akses ke pasar, serta pengembangan teknologi.

Secara umum, implementasi digitalisasi pemasaran melalui program KKN di Desa Sungai Dusun telah berhasil memberikan dampak positif, meskipun masih bersifat sederhana. Pelaku UMKM mulai mengenali strategi promosi modern, menyadari pentingnya penampilan produk, dan lebih berani mencoba menjangkau konsumen secara langsung menggunakan media digital. Meskipun masih ada banyak tantangan, hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi kecil dapat membawa kesuksesan dalam menciptakan kemandirian usaha dan meningkatkan pendapatan individu.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan KKN di Desa Sungai Dusun, yang menekankan pada digitalisasi dalam memasarkan UMKM pinang iris koin, menunjukkan bahwa penerapan teknologi yang sederhana bisa memberikan hasil yang baik bagi perkembangan usaha seseorang. Melalui pendampingan yang dilakukan, para pelaku UMKM tidak hanya belajar hal baru tentang promosi digital, tetapi juga menjadi lebih berani mencoba strategi pemasaran yang modern yang belum mereka gunakan sebelumnya.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan platform digital seperti TikTok dapat membantu memperluas pasar, mengurangi ketergantungan pada tengkulak, dan memberikan peluang untuk peningkatan pendapatan individu. Meskipun perubahan ekonomi belum terlihat signifikan dalam waktu dekat, langkah awal ini telah meningkatkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi dalam bersaing dalam bisnis.

Masalah yang dihadapi, seperti koneksi internet dan cara kemasan produk yang masih dasar, menunjukkan adanya kebutuhan akan dukungan yang berkelanjutan dari berbagai pihak. Institusi pendidikan tinggi, pemerintah desa, dan lembaga terkait lainnya dapat mengambil peran dalam memberikan bimbingan lebih lanjut, pelatihan mengenai kemasan, serta penyediaan infrastruktur yang memadai.

Secara keseluruhan, program KKN ini berhasil meningkatkan motivasi dan rasa percaya diri para pelaku UMKM pinang iris koin untuk mengembangkan usaha mereka secara mandiri. Digitalisasi dalam pemasaran terbukti bukan hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai cara bagi UMKM untuk lebih

mudah beradaptasi, bersaing, dan melayani pasar yang lebih luas. Dengan dukungan yang terus-menerus, UMKM pinang iris koin di Desa Sungai Dusun memiliki potensi untuk menjadi salah satu penggerak ekonomi yang berkelanjutan berdasarkan individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. A., Wenas, R. S., & Worang, F. G. (2022). Digital marketing melalui media sosial sebagai strategi pemasaran UMKM di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 81-90. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/41411>
- Diana, L., Widiastuti, N., & Rahmawati, R. (2022). Pemanfaatan digital marketing pada UMKM KWT Pinang Lestari masyarakat di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 46-55. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/162
- Faried, F. S., Suparwi, Rahma, A. D., Hananto, P. B., Setiawan, D., & Kusumawati, L. Q. (2022). Pengenalan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM di Desa Kuncen. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Sidoluhur*, 2(2), 237-241. <https://journal.uniba.ac.id/index.php/jpm/article/view/523>
- Irawati, T. N., Bulgis, F. M., Arrufaida, Z., Pambudi, A. R., Triyadi, M. H., & Nugraheni, D. A. (2024). Optimalisasi digital marketing UMKM di Kelurahan Kebonsari Jember. *Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, (1), 57-66. <https://ejurnal.ujj.ac.id/index.php/JAK/article/view/2868>
- Isbat, N., Nasrul, W., & Putra, T. H. A. (2025). Analisis pemasaran pinang iris di Nagari Batu Payung Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 19(2), 567-581.
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi pemasaran digital dalam mendorong keberhasilan wirausaha di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(4), 312-324.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan*

Qusthoniah, Utomo, Setiawan, Rahmawati, Munawwarah, Utami, Atikah, Helina, Irawan, Abas, Dero, Fiqri

Manajemen, 19(1), 170-182.

<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/1020>

7

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.