



PEMBERDAYAAN UMKM DESA ARTODUNG MELALUI EVENT PETIK MELON SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN PENGUATAN EKONOMI KREATIF

*¹**Moh. Hafidurrahman, ²Noruddin, ³Moh. Khotibul Umam**

*^{1,2,3}Institut Agama Islam Al Khairat Pamekasan

e-mail: *^{1,2,3}hafidzbarizi@gmail.com

Abstrak: Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Desa Artodung, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan, memiliki potensi ekonomi kreatif yang cukup besar, namun masih terbatas dalam hal promosi dan pemasaran produk. Melalui kegiatan Event petik Melon, masyarakat dan UMKM lokal difasilitasi untuk memperluas akses promosi, memperkuat jejaring, serta meningkatkan nilai tambah produk. Artikel ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat berupa pemberdayaan UMKM melalui event lokal berbasis partisipasi warga. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan tahapan sosialisasi, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi branding, keterampilan pemasaran digital, serta bertambahnya ruang promosi melalui event yang diselenggarakan. Program ini juga mendorong tumbuhnya ekosistem ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Metode penelitian kali ini menggunakan penelitian Participatory Action Research (PAR) yang merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program.

Kata kunci: Pemberdayaan, UMKM, Event Petik Melon.

PENDAHULUAN

Desa Artodung, sebuah desa agraris yang terletak di Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur, merupakan salah satu desa dengan potensi pertanian yang sangat besar. Desa ini dianugerahi kondisi geografis yang mendukung, berupa lahan pertanian yang subur, ketersediaan air yang relatif memadai, serta iklim tropis yang sesuai untuk berbagai jenis tanaman hortikultura. Dari sekian banyak hasil pertanian yang dapat tumbuh di wilayah ini, buah melon menjadi salah satu komoditas unggulan yang memiliki keistimewaan tersendiri. Melon hasil panen dari Desa Artodung terkenal dengan cita rasa yang manis, tekstur daging buah yang renyah, aroma yang segar, serta ukuran buah yang proporsional. Keunggulan ini menjadikan melon Artodung mampu bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain dan memiliki peluang besar untuk menembus pasar lokal, regional, bahkan nasional.

Event Petik Melon merupakan kegiatan UMKM masyarakat Desa Artodung, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan, yang berpotensi menjadi sarana promosi produk lokal dan penguatan ekonomi kreatif. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, event Petik Melon difungsikan sebagai wadah pemberdayaan UMKM dengan pendekatan partisipatif. Metode kegiatan meliputi identifikasi potensi UMKM,

Namun, potensi besar tersebut masih belum sepenuhnya memberikan kesejahteraan bagi masyarakat setempat. Mayoritas penduduk Desa Artodung menggantungkan mata pencaharian mereka pada sektor pertanian, tetapi berbagai keterbatasan masih menghambat optimalisasi hasil panen. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan akses pasar yang membuat hasil panen petani sering kali tidak terjual dengan harga yang sepadan dengan kualitas dan usaha yang telah dicurahkan. Sistem penjualan yang masih bergantung pada tengkulak juga membuat petani berada pada posisi tawar yang lemah, sehingga pendapatan mereka tidak stabil. Fluktuasi harga yang kerap terjadi di pasar semakin memperburuk kondisi ini, menjadikan petani rentan mengalami kerugian.

Selain itu, pola pikir masyarakat dalam pengelolaan hasil pertanian masih cenderung konvensional. Sebagian besar petani hanya fokus pada budidaya dan panen tanpa memperhatikan diversifikasi produk. Padahal, buah melon dapat diolah menjadi berbagai produk turunan bernilai tambah tinggi, seperti jus melon, sirup, selai, es krim, keripik melon, hingga makanan ringan berbahan dasar melon. Jika diolah dengan tepat, produk-produk tersebut tidak hanya dapat memperpanjang umur simpan buah melon, tetapi juga membuka peluang baru dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Permasalahan juga muncul dalam aspek pemasaran. Produk melon dari Desa Artodung masih dijual secara tradisional di pasar-pasar lokal. Minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi penghambat utama bagi petani dan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Padahal, di era digital saat ini, pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan strategi branding digital merupakan instrumen yang efektif untuk mempromosikan produk lokal agar lebih dikenal secara luas. Keterbatasan ini membuat produk unggulan Desa Artodung belum mampu tampil sebagai identitas ekonomi desa yang kuat.

Melihat realitas tersebut, diperlukan upaya inovatif yang mampu mengoptimalkan potensi lokal sekaligus memberdayakan masyarakat secara menyeluruh. Salah satu langkah strategis adalah melalui penyelenggaraan Event Petik Melon, sebuah kegiatan agrowisata yang mengusung konsep pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Event ini tidak hanya menghadirkan pengalaman unik bagi pengunjung untuk memetik dan menikmati buah melon langsung dari kebun, tetapi juga berfungsi sebagai sarana promosi produk unggulan desa kepada masyarakat yang lebih luas. Lebih jauh, event ini menjadi wadah edukasi yang memperkenalkan pentingnya diversifikasi produk, strategi pemasaran kreatif, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM.

METODE

Metode penelitian Participatory Action Research (PAR) merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. PAR bukan hanya berfungsi sebagai metode penelitian, tetapi juga sebagai upaya transformasi sosial karena melibatkan masyarakat secara langsung untuk menemukan solusi atas persoalan yang mereka hadapi (Kemmis & McTaggart, 1988). Keunggulan PAR terletak pada sifatnya yang kolaboratif dan partisipatif. Peneliti tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi juga sebagai fasilitator yang mendorong masyarakat agar mampu berdaya dan mandiri. Dengan demikian, penelitian ini menghasilkan pengetahuan yang relevan sekaligus membawa perubahan nyata bagi komunitas (McIntyre, 2008).

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, metode PAR relevan digunakan karena dapat menggali potensi lokal yang dimiliki masyarakat. Melalui diskusi kelompok, musyawarah, dan observasi partisipatif, masyarakat dapat mengidentifikasi kebutuhan serta merumuskan strategi pemecahan masalah yang sesuai dengan kondisi sosial-budaya mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan (Chambers :1994) yang menyatakan bahwa PAR menempatkan masyarakat sebagai subjek penelitian, bukan sekadar objek.

Analisis penerapan PAR menunjukkan bahwa metode ini memiliki tiga aspek utama: (1) partisipasi, yakni keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh proses penelitian; (2) aksi, yaitu penerapan hasil penelitian dalam bentuk tindakan nyata yang berdampak pada perubahan sosial; dan (3) refleksi, berupa evaluasi bersama untuk menilai keberhasilan maupun kelemahan program yang dilaksanakan. Ketiga aspek ini berlangsung secara siklus sehingga dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat (Kemmis & McTaggart, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Nafisy Nevaria, secara etimologis istilah pemberdayaan berasal dari kata “daya” yang berarti kemampuan untuk bertindak atau mengambil keputusan. Pemberdayaan dipahami sebagai sebuah proses yang bertujuan menjadikan individu maupun kelompok memiliki kapasitas melakukan sesuatu yang sebelumnya belum dapat mereka lakukan. Istilah ini merupakan terjemahan dari bahasa Inggris empowerment, yang bersumber dari kata power yang berarti kekuatan atau kemampuan untuk mewujudkan sesuatu. Tujuan utama dari pemberdayaan adalah meningkatkan kemampuan kelompok yang kurang beruntung agar dapat memperbaiki kualitas hidupnya.

(Widjaja :1995) menjelaskan bahwa pemberdayaan merupakan suatu upaya untuk mengembangkan potensi serta kemampuan masyarakat sehingga mereka mampu hidup

mandiri dan bermartabat dalam berbagai dimensi kehidupan, baik ekonomi, sosial, budaya, maupun keagamaan.

Untuk menjawab berbagai permasalahan yang telah diuraikan dalam latar belakang serta untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya, program Perkuliahannya Kerja Nyata (PKN) ini disusun secara sistematis dan terstruktur, dengan menerapkan pendekatan partisipatif sebagai landasan utama pelaksanaan kegiatan. Pendekatan partisipatif dipilih karena dinilai paling relevan dan efektif dalam konteks pembangunan masyarakat pedesaan, khususnya ketika berbicara mengenai pemberdayaan masyarakat melalui penguatan sektor ekonomi lokal seperti UMKM.

Pembagian peran masyarakat diatur lebih jelas. Pemuda fokus pada promosi acara, ibu-ibu PKK mengelola produk olahan dan kuliner, sementara kelompok tani bertugas menyediakan hasil panen. Pendekatan ini membuat partisipasi masyarakat terasa nyata, bukan sekadar formalitas. Menurut (Chambers :1994) , pelibatan masyarakat secara aktif dalam setiap tahap kegiatan merupakan inti dari participatory development yang berkelanjutan.

Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak diposisikan semata-mata sebagai objek penerima manfaat, melainkan dilibatkan secara aktif sebagai subjek dan mitra kerja dalam setiap tahapan kegiatan. Keterlibatan ini tidak terbatas hanya dalam bentuk pelatihan atau sosialisasi semata, tetapi juga melalui partisipasi nyata dalam praktik langsung, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Hal ini bertujuan untuk membangun rasa memiliki (sense of ownership) dan keberlanjutan program di masa depan, bahkan setelah masa PKN berakhir.

Secara garis besar, program-program yang disusun dalam kegiatan PKN ini diarahkan pada dua fokus utama. Pertama, pengembangan potensi lokal melalui penyelenggaraan “Event Petik Melon” sebagai media promosi wisata sekaligus platform pemasaran bagi produk-produk UMKM desa. Kedua, penguatan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek digitalisasi dan branding, guna memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas.

Berikut adalah uraian masing-masing program beserta tujuan, kegiatan, dan sasaran yang ingin dicapai:

1. “Event Petik Melon” sebagai Gerbang Promosi Wisata dan UMKM

“Event Petik Melon” merupakan salah satu program unggulan dalam rangkaian kegiatan Perkuliahannya Kerja Nyata (PKN) yang dirancang sebagai langkah strategis untuk mengangkat potensi pertanian sekaligus pariwisata lokal di Desa Artodung, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan. Desa Artodung selama ini dikenal memiliki lahan pertanian yang subur dengan

hasil panen melon yang berkualitas baik. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, khususnya dalam menjadikannya sebagai daya tarik wisata edukatif maupun sebagai sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Melalui kegiatan “Petik Melon”, diharapkan potensi pertanian lokal dapat dipadukan dengan pengembangan wisata desa serta menjadi pintu masuk bagi tumbuhnya perekonomian masyarakat melalui dukungan UMKM.

Tujuan utama dari program ini adalah menghadirkan event yang mampu menjadi ikon baru Desa Artodung. Kegiatan ini diharapkan dapat menarik minat wisatawan, baik dari dalam maupun luar daerah, sehingga keberadaan desa semakin dikenal luas. Selain sebagai daya tarik wisata, “Petik Melon” juga berfungsi sebagai sarana promosi dan pemasaran bagi produk-produk lokal hasil UMKM masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya memberikan pengalaman rekreasi dan edukasi bagi pengunjung, tetapi juga berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan masyarakat desa.

Pelaksanaan “Event Petik Melon” disusun dengan mengintegrasikan unsur edukasi, hiburan, dan pemberdayaan ekonomi. Beberapa kegiatan utama yang dilaksanakan dalam program ini antara lain: pertama, edukasi dan tur petik melon di kebun. Dalam kegiatan ini, pengunjung diajak mengenal lebih dekat proses budidaya melon, mulai dari tahap penanaman, perawatan, hingga pemanenan. Selain mendapatkan pengetahuan baru, pengunjung juga memperoleh kesempatan untuk memetik melon secara langsung, sehingga menambah pengalaman wisata yang unik dan berkesan. Kedua, penyelenggaraan bazar produk UMKM. Bazar ini menjadi wadah bagi para pelaku usaha lokal untuk memasarkan berbagai produk, seperti makanan khas desa, minuman herbal, kerajinan tangan, maupun olahan pangan lainnya. Kehadiran bazar ini tidak hanya memperluas akses pasar UMKM, tetapi juga memperkuat keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ekonomi kreatif. Ketiga, penyediaan spot foto tematik bertema melon. Area khusus ini disiapkan dengan dekorasi menarik agar pengunjung dapat mengabadikan momen mereka dan membagikannya melalui media sosial. Kehadiran spot foto tersebut secara tidak langsung menjadi media promosi digital yang efektif untuk memperkenalkan Desa Artodung kepada masyarakat luas.

Sasaran dari program “Petik Melon” ini mencakup beberapa kelompok penting yang memiliki peran dan kepentingan berbeda. Pertama, wisatawan lokal maupun luar daerah yang menjadi target utama sebagai pengunjung sekaligus penyebar informasi promosi wisata desa. Kedua, pelaku UMKM lokal yang terlibat aktif dalam bazar dan mendapatkan kesempatan untuk memperkenalkan produk-produk mereka secara lebih luas. Ketiga, pemuda desa yang berperan sebagai panitia pelaksana, pemandu wisata, sekaligus motor penggerak kegiatan, sehingga memberikan mereka ruang aktualisasi diri sekaligus pengalaman berorganisasi.

Keempat, kelompok tani sebagai mitra utama dalam penyediaan lahan, tenaga kerja, serta sumber pengetahuan dalam budidaya melon.

Dengan demikian, “Event Petik Melon” tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan wisata semata, tetapi juga sebagai gerbang promosi UMKM sekaligus sarana kolaborasi antara mahasiswa, masyarakat, dan pemerintah desa. Kegiatan ini diharapkan menjadi embrio bagi lahirnya inovasi baru dalam pembangunan ekonomi desa berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

2. Digitalisasi dan Branding UMKM Lokal

Selain melalui kegiatan promosi langsung dalam “Event Petik Melon”, pengembangan UMKM masyarakat Desa Artodung juga perlu ditopang dengan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital. Di era modern, pemasaran berbasis digital telah menjadi kunci utama dalam memperluas jangkauan konsumen sekaligus memperkuat identitas merek (branding). Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Artodung masih menghadapi keterbatasan, baik dari sisi pemahaman maupun keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kondisi ini tentu menjadi tantangan tersendiri, mengingat produk-produk lokal yang sebenarnya memiliki potensi besar belum sepenuhnya dikenal masyarakat luas.

Program Digitalisasi dan Branding UMKM Lokal hadir sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut. Tujuan utamanya adalah memberikan penguatan kapasitas kepada pelaku usaha lokal dalam hal pemasaran digital serta membangun identitas merek yang kuat. Melalui pendampingan dan pelatihan, diharapkan para pelaku UMKM mampu mengelola usaha mereka dengan lebih profesional, serta memanfaatkan media sosial maupun platform digital lainnya sebagai sarana promosi yang efektif. Dengan demikian, UMKM Desa Artodung tidak hanya berkembang di lingkup lokal, tetapi juga memiliki peluang bersaing di pasar yang lebih luas.

Kegiatan yang dilakukan dalam program ini mencakup beberapa hal penting. Pertama, pelatihan dasar digital marketing yang meliputi cara memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi produk. Melalui pelatihan ini, para pelaku usaha diajak memahami strategi pembuatan konten menarik, teknik pengambilan foto produk yang baik, serta cara berinteraksi dengan konsumen secara digital. Kedua, pendampingan dalam pembuatan identitas merek (branding). Dalam kegiatan ini, pelaku UMKM dilatih untuk memberikan ciri khas pada produk mereka, baik melalui desain kemasan, penentuan nama brand, maupun konsistensi dalam promosi. Hal ini dilakukan agar produk-produk lokal dapat lebih mudah dikenali dan memiliki daya tarik yang lebih besar di mata konsumen. Ketiga, simulasi pemasaran online dengan memanfaatkan platform e-

commerce sederhana. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada pelaku usaha untuk mencoba menjual produk mereka di pasar digital, sehingga mereka terbiasa dengan pola transaksi berbasis online.

Sasaran dari program ini cukup luas, meliputi seluruh pelaku UMKM di Desa Artodung, baik yang sudah berjalan maupun yang baru merintis usaha. Selain itu, program ini juga menyasar ibu rumah tangga serta pemuda desa yang memiliki minat untuk berwirausaha, sekaligus memberikan mereka kesempatan untuk belajar mengenai digital marketing. Tidak hanya itu, masyarakat umum yang ingin memahami lebih jauh tentang dunia bisnis online juga menjadi bagian dari sasaran kegiatan ini.

Permasalahan keterbatasan modal menjadi isu krusial bagi UMKM. Solusi pertama adalah pelatihan pencatatan keuangan sederhana berbasis buku kas harian, agar pelaku usaha memiliki laporan keuangan yang lebih rapi. Data ini dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan ketika mengajukan pembiayaan ke lembaga keuangan formal.

Solusi kedua adalah menjembatani hubungan dengan lembaga keuangan mikro seperti koperasi desa dan BMT. Melalui pendekatan PAR, masyarakat bersama-sama mengagus kelompok usaha bersama dengan sistem tanggung renteng, di mana risiko kredit ditanggung kolektif. Sistem ini terbukti efektif dalam program pemberdayaan masyarakat di berbagai desa lain di Jawa Timur (Suryani, 2020).

Dengan adanya program Digitalisasi dan Branding UMKM Lokal, diharapkan para pelaku usaha desa dapat lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Mereka tidak hanya mampu meningkatkan daya saing produk melalui strategi pemasaran digital, tetapi juga memiliki identitas merek yang lebih kuat. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan penjualan, serta mendukung kemandirian ekonomi masyarakat Desa Artodung secara berkelanjutan. Melon (*Cucumis melo* L.) merupakan tanaman hortikultura semusim yang berasal dari kawasan Lembah Persia dan wilayah Mediterania, yaitu daerah perbatasan Asia Barat dengan Eropa dan Afrika. Tanaman ini termasuk dalam kelompok labu-labuan dan masih berkerabat dengan semangka, blewah, serta mentimun (Soedarya, 2010).

Menurut (Soedarya, 2010), melon memiliki kemiripan dengan semangka karena sama-sama bercabang banyak, hanya saja bulu pada batang melon lebih halus. Aroma buah melon yang telah matang hampir menyerupai blewah, namun ukuran buahnya cenderung lebih kecil dan berbentuk lebih bulat dibandingkan blewah. Meskipun sama-sama tergolong dalam spesies yang dekat, melon, semangka, dan blewah tetap memiliki banyak perbedaan. Melon digolongkan sebagai tanaman semusim (annual) yang tumbuh menjalar atau merambat.

Tanaman ini termasuk dalam famili Cucurbitaceae bersama dengan labu, blewah, semangka, dan mentimun. Dari sisi klasifikasi, melon termasuk kelas Dicotyledonae karena mempunyai embrio dengan dua kotiledon, bunga dengan kelopak berjumlah kelipatan empat atau lima, serta akar tunggang (Daryono & Maryanto, 2018). Menurut Wijoyo (2009), taksonomi tanaman melon dirinci sebagai berikut:

Linnaeus pada tahun 1753 menempatkan melon ke dalam genus *Cucumis* serta mendeskripsikan lima spesies yang banyak dibudidayakan. Selanjutnya, Naudin (1859) menyusun skema spesiasi melalui persilangan sistematis berdasarkan 2000 sampel, sehingga menghasilkan klasifikasi melon menjadi sepuluh varietas. Pangalo (1929) kemudian memperluas penelitian dengan menelaah 3000 sampel dan menyusun taksonomi bertingkat berdasarkan deret homolog. Hasil kajiannya menghasilkan empat varietas *C. melo* yang terbagi lagi menjadi dua sub-spesies, yaitu *cultus* (tipe budidaya) dan *agretis* (tipe liar), yang kemudian dibagi lagi ke dalam beberapa tipe tanaman. Pengelompokan tersebut disederhanakan oleh Hammer dkk. (1986) dengan mengadopsi sistem klasifikasi tiga tingkat yang dikembangkan Grebenscikov (1953).

Sebagai buah konsumsi, melon cukup populer karena memiliki rasa manis yang khas serta kandungan gizi yang lengkap. Dalam 100 gram daging buah melon terdapat 23 kalori energi, 0,6 g protein, 17 mg kalsium, 2.400 IU vitamin A, 30 mg vitamin C, 0,045 mg tiamin, 0,0065 mg riboflavin, 1,0 mg niasin, 6,0 g karbohidrat, 0,4 mg zat besi, 0,5 mg nikotinamida, 93 ml air, dan 0,4 g serat (Samadi, 1995). Ialah satu kendala utama dalam budidaya melon di Indonesia adalah keterbatasan ketersediaan benih. Hingga saat ini, sebagian besar varietas melon yang beredar masih harus diimpor dari negara lain seperti Taiwan, Thailand, dan Jepang. Ketergantungan pada impor tersebut menyebabkan kontinuitas benih tidak dapat dijamin. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk mengembangkan benih melon lokal yang unggul serta berkualitas, sehingga mampu menjadi alternatif pengganti benih impor (Zulfikri, 2015).

Menurut Christy et al. (2018), arang sekam merupakan salah satu media tanam yang efektif untuk budidaya melon secara hidroponik. Hal ini terlihat dari hasil pertumbuhan yang signifikan, baik dari tinggi tanaman, jumlah daun, maupun bobot buah. Keunggulan arang sekam disebabkan oleh tingginya porositas, sehingga media ini mampu menyerap dan menyimpan nutrisi yang dibutuhkan tanaman. Dalam konteks pembangunan dan pengembangan ekonomi masyarakat, penting untuk memperhatikan serta memanfaatkan potensi yang dimiliki suatu desa. Masyarakat pada dasarnya mengharapkan kondisi yang lebih baik agar kesejahteraan dapat tercapai dan kebutuhan hidup dapat terpenuhi. Oleh karena itu, diperlukan pemetaan potensi desa guna menggali sumber daya yang tersedia dan dapat

dimanfaatkan secara optimal. Setiap daerah memiliki kekhasan dan potensi yang berbeda, baik dari segi sumber daya alam (SDA) maupun sumber daya manusia (SDM), serta cara pengelolaan hasil yang tidak sama antarwilayah.

Desa Artodung, yang terletak di wilayah timur Kabupaten Pamekasan, mayoritas penduduknya bermata pencarian sebagai petani. Dengan demikian, sektor pertanian menjadi salah satu potensi utama yang dapat dikembangkan. Pemanfaatan sumber daya lokal yang ada diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat sekaligus memperbaiki kualitas kesejahteraan di Desa Artodung.

SIMPULAN

Dari pengalaman pelaksanaan kegiatan ini dapat ditarik beberapa temuan penting. Pertama, Event Petik Melonterbukti mampu menjadi media pemberdayaan masyarakat sekaligus sarana promosi potensi lokal. Kegiatan ini tidak hanya menampilkan hasil panen melon, tetapi juga memperkenalkan produk UMKM lokal yang mendapat kesempatan dipasarkan secara lebih luas kepada pengunjung. Sinergi antara sektor pertanian dan UMKM menciptakan ekosistem ekonomi baru yang memberikan nilai tambah, baik bagi petani maupun pelaku usaha kecil.

Kedua, penerapan pendekatan PAR dalam kegiatan ini berhasil menumbuhkan rasa kebersamaan dan kepemilikan yang tinggi dari masyarakat. Antusiasme masyarakat Desa Artodung terlihat dari kesediaan mereka untuk terlibat dalam setiap tahap, mulai dari persiapan lahan, pengelolaan event, hingga promosi dan pemasaran produk. Pelibatan aktif ini membangun kepercayaan diri masyarakat bahwa mereka mampu berkreasi dan mengelola potensi yang dimiliki secara mandiri.

Ketiga, kegiatan ini juga berhasil memperkuat kapasitas masyarakat dalam hal digitalisasi dan branding produk. Melalui pelatihan dan praktik sederhana yang diberikan, pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya teknologi informasi sebagai sarana promosi. Media sosial, desain produk, hingga strategi branding diperkenalkan sebagai bekal awal untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal, regional, bahkan nasional. Walaupun masih dalam tahap awal, kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pemasaran digital merupakan langkah penting menuju modernisasi usaha berbasis desa.

Keempat, Event Petik Melonmemperkuat kolaborasi lintas elemen masyarakat. Kegiatan ini mempertemukan perangkat desa, kelompok tani, pelaku UMKM, pemuda, hingga masyarakat umum dalam sebuah kerja sama yang terintegrasi. Kolaborasi ini bukan hanya bermanfaat untuk keberhasilan event, tetapi juga menjadi fondasi sosial yang penting bagi

pengembangan desa ke depan. Melalui kerja sama tersebut, lahirlah jejaring sosial dan ekonomi yang lebih kokoh sebagai modal sosial dalam menghadapi tantangan pembangunan desa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program PKN berbasis Event Petik Melondi Desa Artodung tidak berhenti sebagai kegiatan jangka pendek semata, melainkan telah berhasil membangun proses pemberdayaan yang berkelanjutan. Pendekatan PAR yang digunakan menegaskan bahwa keberhasilan sebuah program tidak ditentukan semata oleh seberapa besar skala kegiatan yang dilaksanakan, melainkan oleh seberapa jauh masyarakat dilibatkan, merasa memiliki, dan berpartisipasi aktif di dalamnya. Hal ini sejalan dengan prinsip dasar pemberdayaan bahwa pembangunan yang berorientasi pada masyarakat hanya akan berhasil apabila masyarakat itu sendiri menjadi pelaku utama.

DAFTAR RUJUKAN

- A.W. Widjaja, Administrasi Kepegawaian Suatu Pengantar (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1995), hlm. 54
- Chambers, R.. Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience, (World Development, 1994) 22(9).
- Christy, I. M. (2017, Juni). Objek-Objek Dalam Ritual Penangkal Hujan. Jurnal Daryono, B.S., Maryanto, S.D. 2018. Keanekaragaman dan Potensi Sumber Daya Genetik Melon. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta
- Karakter Hasil dan Komponen Hasil Tanaman Melon (Cucumis melo). Jurnal Floratek 10 (2) : 1-11
- Lestari, D., & Nugroho, A.. Literasi Digital untuk Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital, (Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 2021), 3(2).
- Linnaeus, Carl. Species plantarum 1753. Volumes 1 and 2, with an introduction by W. T. Stearn and appendix by J. L. Heller and W. T. Stearn, plus supplements by C. E. Jarvis
- McIntyre, A. (2008). Participatory Action Research. Los Angeles: SAGE Publications.
- Nafisy Nevaria Indonasa Kures, Masje Silija Pangkey, dan Rully Mambo, "Pemberdayaan Kelompok Tani Sayur di Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon," Jurnal Administrasi Publik, Vol. 04 No. 048, hlm. 1.
- Sabda, 12, 71: (online), (<https://media.neliti.com>, diunduh 22 april 2018)
- Samadi, B. 1995. Usahatani Melon. Kanisius. Jakarta. 100 hal
- Soedarya, A.P. 2010. Agribisnis Melon. CV Pustaka Grafika. Bandung. 160 hal.
- Sutiyoso, Y. 2018. 100 Kiat Sukses Hidroponik. Jakarta : Trubus Swadaya.
- Zulfikri, Erita Hayati, dan M.Nasir. 2015. Penampilan Fenotipik,Parameter GenetikKemmisi, S. and McTaggart, R. (2005) Participatory Action Research: Communicative Action and

the Public Sphere. In: Denzin, N. and Lincoln, Y., Eds., The Sage Handbook of Qualitative Research, 3rd Edition, Sage, Thousand Oaks, 559-603.

Samadi, B. 1995. Usaha Tani Melon. Kanisius. Yogyakarta. 98 hal