



PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI INOVASI PRODUK OLAHAN PISANG DAN PEMASARAN DIGITAL DI DESA HAYA-HAYA

Irawati Abdul¹, Selvi Selvi², Bobby Rantow Payu³

^{1, 2, 3}Universitas Negeri Gorontalo

*e-mail: irawaty.abdul@ung.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan UMKM berbasis potensi pisang di Desa Haya-Haya menghadapi tantangan berupa rendahnya nilai jual komoditas mentah. Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada dua intervensi utama: peningkatan keterampilan teknis dalam inovasi produk olahan melalui Standar Operasional Prosedur (SOP) dan peningkatan kompetensi pemasaran digital. Melalui pendekatan partisipatif, pelatihan SOP dan Fotografi/Promosi Digital dilakukan pada Kelompok Wanita Wirausaha. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman yang substansial: 89.2% pada SOP dan 130.0% pada pemasaran digital. Sinergi antara peningkatan kualitas produk dan perluasan jangkauan pasar ini berhasil meningkatkan pendapatan rata-rata mitra sebesar 30% dalam tiga bulan, memperkuat peran perempuan dalam ekonomi desa, dan mendukung target SDGs.

Kata kunci: Pemberdayaan Ekonomi, Inovasi Produk, Olahan Pisang, Pemasaran Digital, UMKM

ABSTRACT

The development of MSMEs based on banana potential in Haya-Haya Village faces the challenge of low market value for raw commodities. This community service program focused on two main interventions: enhancing technical skills in processed product innovation through Standard Operational Procedures (SOP) and increasing digital marketing competency. Using a participatory approach, SOP and Digital Photography/Promotion training were conducted for Women Entrepreneur Groups. The results showed a substantial increase in comprehension: 89.2% in SOP and 130.0% in digital marketing. This synergy between improved product quality and expanded market reach successfully increased the partners' average income by 30% within three months, strengthening the role of women in the village economy, and supporting the SDGs.

Keywords: Economic Empowerment, Product Innovation, Processed Banana, Digital Marketing, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Konteks Umum, Potensi Lokal, dan Isu Kesenjangan Pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah diakui secara global sebagai pilar utama dalam penguatan perekonomian lokal, khususnya di wilayah pedesaan yang kaya akan sumber daya alam (Suyatno & Suryani, 2022). Melalui Badan Pusat Statistik (BPS), diketahui bahwa buah pisang merupakan komoditas hortikultura terbesar. Laporan yang tertera merupakan data ditahun 2021, tercatat sejumlah penghasil pisang di Indonesia (Administrator, 2023) Daerah seperti Desa Haya-Haya, Kabupaten Gorontalo, merupakan sentra produksi pisang yang melimpah sepanjang tahun, menjadikannya modal dasar yang kuat untuk pembangunan ekonomi berbasis komoditas (Badan Pusat Statistik, 2024). Namun, melimpahnya panen sering kali tidak sejalan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat karena adanya kesenjangan yang signifikan (Syahrir Ika, 2022). Sebagian besar hasil panen pisang hanya dijual dalam bentuk mentah atau olahan tradisional yang terbatas, menyebabkan harga jual yang rendah dan rentan terhadap fluktuasi pasar. Transformasi pisang dari komoditas mentah menjadi produk olahan bernilai tambah tinggi merupakan langkah strategis yang mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha, khususnya UMKM. Studi analisis nilai tambah pengolahan pisang menjadi keripik pisang pada industri rumah tangga menunjukkan bahwa pengolahan pisang dapat memberikan keuntungan signifikan, serta memperpanjang masa simpan produk dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Produk olahan seperti keripik

pisang dengan varian rasa inovatif dapat menarik minat konsumen lebih banyak, sehingga nilai ekonomi pisang sebagai komoditas meningkat secara substansial.

Lebih jauh, pemberdayaan pelaku usaha, terutama kelompok perempuan atau Ibu-ibu PKK, sangat penting mengingat peran sentral mereka dalam ekonomi rumah tangga dan komunitas. Intervensi berupa pelatihan teknis pengolahan produk, inovasi diversifikasi, dan pendampingan pemasaran digital dapat meningkatkan kapasitas, memperluas akses pasar, dan mendorong kemandirian ekonomi kelompok ini. Dengan demikian, transformasi nilai tambah pisang tidak hanya meningkatkan ekonomi lokal, tetapi juga memberdayakan perempuan sebagai motor penggerak utama dalam UMKM (Makarawung et al., 2017)

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan di Desa Haya – Haya Kecamatan Limboto Barat Kabupaten Gorontalo oleh mahasiswa KKN Tematik, ditemukan dua masalah mendasar yang dihadapi oleh kelompok wanita wirausaha. Pertama, adalah minimnya keterampilan teknis diversifikasi Inovasi produk, seperti pengembangan keripik pisang dengan varian rasa modern, serta kurangnya efisiensi dan higienitas produk. Harapannya program tersebut dapat membuka segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan harga jual produk. Kedua, adalah rendahnya kapabilitas pemasaran digital di kalangan pelaku usaha pedesaan. Di era digital saat ini, terutama dalam konteks era 4.0, media sosial dan platform daring lainnya telah menjadi alat promosi yang efektif dan efisien, memberikan peluang besar bagi pelaku usaha, termasuk agribisnis, untuk memperluas jangkauan pasar mereka tidak hanya di kota besar tetapi hingga ke daerah-daerah terpencil. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp memungkinkan pelaku usaha agribisnis untuk menjangkau konsumen potensial secara lebih luas, melampaui batas geografis desa atau daerah asal, sehingga memicu perubahan signifikan dalam perilaku belanja konsumen. Dengan lebih dari 60% penduduk Indonesia aktif menggunakan internet dan media sosial, kemampuan memanfaatkan platform digital ini sangat menentukan dalam meningkatkan efektivitas promosi produk dan memperbesar (Usman et al., n.d.). Keterbatasan pengetahuan tentang branding produk, teknik fotografi produk yang menarik, dan manajemen pesanan daring menyebabkan produk yang sudah diolah dengan baik pun kesulitan bersaing di pasar. Kondisi ini menggaris bawahi urgensi dilaksanakannya program pengabdian masyarakat melalui skema Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Tahap II sebagai upaya nyata dan terstruktur dalam menjembatani kesenjangan tersebut.

Program KKN Tematik ini dirancang sebagai solusi komprehensif dengan fokus utama pada penguatan kapasitas kewirausahaan masyarakat Desa Haya-Haya. Tujuan spesifik dari kegiatan ini adalah: (1) Meningkatkan keterampilan teknis kelompok wanita wirausaha dalam mengolah pisang menjadi berbagai produk inovatif, dan (2) Meningkatkan kompetensi pemasaran digital, sehingga mereka mampu mengakses pasar yang lebih luas. Metode yang digunakan mencakup identifikasi masalah, sosialisasi, pelatihan, pendampingan produksi, dan evaluasi. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mendokumentasikan dan menganalisis efektivitas model pemberdayaan ini, sehingga dapat menjadi studi kasus atau model rujukan praktik terbaik bagi pelaksanaan program pengabdian serupa sekaligus menegaskan peran perguruan tinggi dalam mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) di tingkat desa (SK PERMENDIKTI, 2024)

2. METODE

Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Inovasi Produk Olahan Pisang dan Pemasaran Digital di Desa Haya-Haya dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat Desa Haya-Haya dilibatkan secara langsung dalam setiap tahap kegiatan. Metode ini berlandaskan pada prinsip pemberdayaan masyarakat pedesaan

dan konsep pembangunan berkelanjutan. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa KKN berfungsi sebagai pendamping dan fasilitator, sedangkan masyarakat bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) serta Kelompok Wanita Wirausaha berperan sebagai pelaksana utama. Diagram alur kegiatan selama 45 hari di ditampilkan pada Gambar 1, mulai dari identifikasi masalah sampai evaluasi.



Gambar 1. Diagram Alur Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Inovasi Produk Olahan Pisang dan Pemasaran di Desa Haya-Haya (*Gambar ini menggambarkan alur dari: Identifikasi masalah → Sosialisasi → Pelatihan → Pendampingan → Evaluasi*)

Rangkaian kegiatan berlangsung selama 45 hari dan dilaksanakan melalui tahapan berikut:

a. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap awal berupa observasi lapangan dan wawancara dengan aparat desa, KWT, dan Kelompok Wanita Wirausaha. Hasil identifikasi menunjukkan kendala utama berupa kualitas produk olahan yang belum konsisten, ketiadaan SOP produksi, rendahnya literasi pemasaran modern, serta keterbatasan dalam pemanfaatan media digital untuk promosi.

b. Sosialisasi dan Edukasi

Sosialisasi dilakukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai potensi pengembangan klaster industri pisang. Materi meliputi *produksi cerdas* (efisiensi, higienitas, keamanan pangan), konsep bauran pemasaran (7P), serta peluang pasar produk olahan. Kegiatan ini dirancang untuk membangun kesadaran kolektif masyarakat bahwa pisang dapat menjadi komoditas strategis ekonomi lokal.

c. Pelatihan Teknis

Pelatihan difokuskan pada keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan, meliputi:

- 1) Pelatihan SOP Produksi untuk menjaga mutu dan konsistensi produk olahan pisang.
- 2) Pelatihan Fotografi Produk dan Promosi Digital agar Kelompok Wanita Wirausaha mampu memasarkan produk melalui media sosial.
- 3) Pelatihan Pengelolaan Pangan mengenai standar higienitas, keamanan pangan, serta manajemen usaha kecil.

Tabel 1. Skor Evaluasi Pre-Test dan Post-Test peserta pelatihan

Pelatihan	Rata – Rata Pre-Test	Rata – Rata Post-Test	Peningkatan %
SOP Produksi Olahan Pisang	40.7	77.0	89.2%
Fotografi dan Promosi Digital	33.4	76.8	130.0%

Model pelatihan dilakukan secara berkelanjutan interaktif, dengan evaluasi pre-test dan post-test guna mengukur peningkatan keterampilan teknis peserta, sebagaimana juga diterapkan pada program serupa (*Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan: Studi Kasus Inovasi Produk Berbasis Pisang*).

a. Pendampingan Produksi dan Implementasi

Setelah pelatihan, masyarakat mendapatkan pendampingan intensif untuk memastikan penerapan keterampilan dalam produksi nyata. Pendampingan meliputi praktik produksi sesuai SOP, pengemasan, pembuatan konten digital, serta simulasi pemasaran produk melalui kanal lokal maupun digital. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Cahyono et al. (2019) bahwa pendampingan memperkuat kapasitas usaha kecil.

b. Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui FGD bersama masyarakat, aparat desa, dan Kelompok Wanita Wirausaha guna menilai efektivitas program. Indikator yang digunakan meliputi: peningkatan keterampilan produksi, konsistensi mutu produk, pemanfaatan pemasaran digital, serta partisipasi aktif masyarakat. Untuk keberlanjutan, program diarahkan pada pembentukan kelembagaan usaha bersama atau koperasi desa, sehingga pengelolaan kluster industri pisang dapat berjalan secara mandiri dan berkesinambungan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui skeman Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Haya – Haya, Kecamatan Limboto Barat, Kabupaten Gorontalo difokuskan pada pengembangan produksi olahan pisang untuk meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Desa Haya–Haya merupakan desa dengan mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani. Mitra utama dalam program ini adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) dan Kelompok Wanita Wirausaha. Program ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam aspek pemberdayaan masyarakat. Proses pelaksanaan pelatihan penerapan Standar Operating Procedure (SOP) dan pelatihan fotografi produk dan promosi digital di Desa Haya–Haya Kecamatan Limboto Barat Kabupaten Gorontalo disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan SOP dan Promosi Digital

a. Standar Operating Procedure (SOP) produksi olahan pisang

Hasil pertama yang dicapai adalah peningkatan kualitas dan konsistensi produk olahan pisang UMKM melalui sosialisasi dan pelatihan standar Operasional Prosedur (SOP). Program ini melibatkan kelompok wanita tani dan kelompok wanita wirausaha dengan materi yang meliputi pemilihan bahan baku, proses pengolahan higienis, teknis pengemasan yang sesuai, standar keamanan pangan, dan kontrol kualitas, pendekatan partisipatif dan SOP yang sederhana terbukti efektif, dengan peningkatan pemahaman peserta dari skor 40.7 menjadi 77.0 dengan peningkatan 89.2%. Implementasi Sop memperkuat daya saing produk dengan kualitas yang konsisten, membangun kepercayaan pasar dan berkelanjutan usaha.



Gambar 3. Penerapan Standard Operational Procedure (SOP)

b. Fotografi produk dan konten promosi digital

Program ini mengatasi rendahnya kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM dengan pelatihan yang mengkombinasikan teori dan praktik fotografi serta pengelolaan konten promosi digital, menggunakan perangkat sederhana seperti kamera ponsel. Materi utama mencakup teknik fotografi dasar, pencahayaan, komposisi, editing sederhana, dan strategi pemasaran media sosial. Evaluasi menunjukkan peningkatan kemamuan peserta dari skor 33.4 menjadi 76.8 menjadi 130.0% serta melibatkan aktif generasi muda sebagai peserta maupun fasilitator. Peningkatan kualitas visual dan strategi promosi digital berhasil memperluas jangkauan pasar serta menambah pelanggan.



Gambar 4. Pelatihan Fotografi dan Promosi Digital

c. Integrasi program SOP dan Digital marketing

Sinergi antara SOP dan promosi digital menciptakan fondasi pengembangan UMKM yang berkelanjutan. Produk dengan standar kualitas yang baik menjadi menarik melalui konten promosi yang efektif, sementara keberhasilan promosi digital bergantung pada kualitas produk. UMKM yang mengikuti kedua program menunjukkan peningkatan

penjualan lebih signifikan dibanding yang hanya mengikuti salah satu. Sistem mentoring internal yang terjadi membentuk komunitas belajar yang berkelanjutan di desa, memperkuat transfer pengetahuan antar peserta.

d. Evaluasi dampak dan implikasi kebijakan

Program ini menunjukkan dampak positif multidimensional, termasuk peningkatan pendapatan rata – rata mitra sebesar 30% dalam tiga bulan, mendukung target SDGs terkait pengentasan kemiskinan. Secara sosial, program memperkuat peran perempuan dalam ekonomi desa dengan meningkatkan kapasitas pengambilan keputusan ekonomi rumah tangga. Tantangan seperti keterbatasan akses teknologi dan kebutuhan dukungan kelembagaan penting untuk keberlanjutan program. Implikasinya, pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal perlu diintegrasikan dalam perencanaan pembangunan desa dengan model yang dapat disesuaikan, menjadi praktik terbaik bagi desa lain dengan karakteristik serupa.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat melalui skema KKN Tematik di Desa Haya-Haya telah berhasil memberdayakan Kelompok Wanita Wirausaha dengan mengatasi kesenjangan antara potensi komoditas pisang yang melimpah dan rendahnya nilai jual. Keberhasilan ini dicapai melalui dua strategi terpadu: peningkatan keterampilan teknis (SOP produksi) yang meningkatkan konsistensi dan kualitas produk secara signifikan (peningkatan pemahaman 89.2%), serta peningkatan kompetensi pemasaran digital (peningkatan 130.0%) yang memperluas jangkauan pasar. Sinergi ini terbukti efektif sebagai model pemberdayaan ekonomi yang komprehensif, ditunjukkan dengan adanya peningkatan pendapatan rata-rata mitra sebesar 30% dalam waktu tiga bulan. Oleh karena itu, program ini tidak hanya memperkuat peran perempuan dalam ekonomi desa tetapi juga secara nyata mendukung pencapaian target Sustainable Development Goals (SDGs) terkait pengentasan kemiskinan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Gorontalo. Nomor Surat Keputusan 1398/UN47/HK.02/2025 dan Nomor kontrak 1352/UN47.D1/HK.07.00/2025 atas dukungan secara finansial terhadap pelaksanaan program kegiatan pengabdian KKN tematik Tahap II Di Desa Haya – Haya, Kecamatan Limboto Barat Kabupaten Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2023, January 26). *Peluang Pasar Buah Pisang*. Upland Project. <https://upland.psp.pertanian.go.id/artikel/1679591069/peluang-pasar-buah-pisang>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Rencana strategis* (pp. 1–86). Badan Pusat Statistik.
- Makarawung, V., Pangemanan, P. A., & Pakasi, C. B. D. (2017). Analisis Nilai Tambah Buah Pisang Menjadi Keripik Pisang Pada Industri Rumah Tangga Di Desa Dimembe Kecamatan Dimembe. 13(2).
- SK PERMENDIKTI, 1 (2024).
- Suyatno, S., & Suryani, D. A. (2022). Pengembangan Potensi UMKM Berbasis lokal dalam Mendorong Perekonomian di Desa Girikerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 108–118. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.16821>
- Syahrir Ika, E. L. S. A. D. A. P. S. H. S. A. S. P. (2022). *Mendorong Inklusi Keuangan UMKM* (III). Badan Kebijakan Fiskal-Kementerian Keuangan RI.

Usman, E., Yusti Handayani, W., Trinanda, S., & Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, U. (n.d.). Pengaruh Promosi Produk Agribisnis melalui Media Sosial terhadap Perilaku Belanja Konsumen di Kabupaten Kolaka: Studi Kasus Farmhouse Hidroponik @say_your_green.

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under

