

Pengembangan Produk Olahan Hasil Pertanian Tidak Layak Jual Pepaya APeS dan Pisang KeMPeS (*Development of processed agricultural products that are not suitable for selling Papaya APeS and Banana KeMPeS*)

Febriansyah Febriansyah^{1*}, Donny Oktavianus², Abdi Nasrullah³

Institut Teknologi Pagar Alam, Sumatera Selatan^{1,2,3}

febriansyahh1213@gmail.com^{1*}, oktilastuputu@gmail.com², abdinasrullah4@gmail.com³



Riwayat Artikel

Diterima pada 10 Oktober 2023

Revisi 1 pada 5 November 2023

Revisi 2 pada 16 November 2023

Revisi 3 pada 20 November 2023

Disetujui pada 21 November 2023

Abstract

Purpose: This research aims to develop value-added processed products from previously unsellable agricultural produce, namely papaya and bananas, including Papaya-based Abon, Permen (candies), and Selai (jams) or APeS, and Banana-based Keripik (chips), Molen (banana fritters), Permen (candies), and Sale (sugar-coated snacks) or KeMPeS, within the Small and Medium Enterprises (UMKM) sector of Banana Chips in Penantian Village. The research primarily focuses on the utilization of digital marketing strategies as the key tool for marketing these products.

Methodology/approach: The research method employed product development experiments and the implementation of digital marketing strategies. Data collection involved surveys, interviews, observations, and market analysis. The results indicate that the developed papaya-based APeS and banana-based KeMPeS products have successfully enhanced the value of previously unsellable agricultural produce. Furthermore, the implementation of digital marketing strategies has proven effective in increasing the visibility and sales of UMKM Banana Chips' products in the digital marketplace.

Results/findings: The results indicate that the developed papaya-based APeS and banana-based KeMPeS products have successfully enhanced the value of previously unsellable agricultural produce. Furthermore.

Limitation: This research suggest that UMKM in similar regions can leverage similar strategies to develop processed agricultural products and enhance market access through digital platforms.

Contribution: This research offers a positive contribution to the development of UMKM in Penantian Village and provides valuable insights into the utilization of digital marketing to support local economic growth.

Keywords: *Papaya Apes, Banana Kempes, UMKM, Digital Marketing*

How to cite: Febriansyah, F., Oktavianus, D., Nasrullah, A. (2023). Pengembangan Produk Olahan Hasil Pertanian Tidak Layak Jual Pepaya APeS dan Pisang KeMPeS. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 165-174.

1. Pendahuluan

Desa penantian merupakan salah satu desa dengan mayoritas berprofesi sebagai petani dan buruh lepas, sebagai komonditi utama ialah buah kopi, lada dan areal persawahan yang menghasilkan padi dan sayur. Komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan memiliki prospek dalam sektor pertanian . Harga komonditi daerah di tingkat petani masih rendah (Hartini et al., 2023) , proses sortir membuat banyak hasil pertanian yang tidak dijual dan di biarkan saja terbengkalai, yang sebagiannya di oleh menjadi produk olahan UMKM (Syahza, 2003).

Salah satu hasil pertanian yang melimpah dan banyak hasil sortirnya tidak termanfaatkan ialah buah Pepaya California dan Pisang. Pepaya California memang di tanam secara khusus oleh petani sedangkan pisang di tumpang sari dengan tanaman lainnya. Buah papaya yang tidak lulus sortir ini disebabkan buah terlalu matang, berukuran kecil, terkena penyakit, atau terkena hama. Sedangkan pisang kebanyakan karena tidak laku ketika di jual sehingga terlalu matang, untuk dapat menjual pisang dalam ukuran tandan minimal ada 5 sisir pisang dengan kondisi buah besar dan baik dengan harga Rp. 15.000/tandan. UMKM Keripik Pisang Desa Penantian menerima pemesanan berbagai produk keripik ini melalui booking telepon dan juga secara langsung, pada umumnya pesanan ini akan meningkat menjelang hari besar(lebaran) dan ketika ada persedekahan, pesanan ini berasal dari sanak keluarga yang sedang pulang kampung untuk oleh-oleh ke rantauan dan persedekahan, untuk saat ini produk yang dihasilkan oleh UMKM ini hanyalah buah dan keripik saja, belum ada inovasi terhadap produk tersebut. Penjualan produk UMKM ini mendapatkan keuntungan bersih sebesar Rp. 5.000.00,- hingga Rp. 50.000.00 pada setiap harinya dan rata-rata berkisar Rp. 500.000 di setiap bulannya,- tergantung pada jenis dan jumlah pesanan.



Gambar 1. Pepaya tidak lulus sortir dan Pisang terlalu matang

Saat ini petani papaya dan pisang tidak memiliki inovasi dalam pengolahan hasil pertanian tidak layak jual ini, sebagian hanya dibuang atau di konsumsi sendiri, namun hal ini tidak menambah nilai ekonomi bagi masyarakat. UMKM Keripik Pisang Desa Penantian hanya membuat produk olahan hasil pertanian Pisang menjadi keripik yang di jual sendiri. Dalam penelitian (Mardhiah, 2021) dengan judul Pengolahan Pepaya Muda (*Carica Papaya L*) Menjadi Abon menghasilkan abon papaya yang memiliki cita rasa dan aroma yang khas cocok untuk cemilan sehat anak-anak dengan memanfaatkan papaya muda, berbeda dengan kegiatan PKM yang akan dilaksanakan ini memanfaatkan papaya dan pisang yang tidak layak jual baik yang muda dan terlalu matang, sehingga akan meningkatkan value dari buah papaya dan pisang.

Dalam penelitian (Widiana et al., 2019) menyatakan bahwa masyarakat mudah dalam memperoleh makanan bergizi salah satunya dengan memanfaatkan papaya menjadi produk olahan abon. Pada penelitian ini hanya sebatas pengolahan produk saja. Dalam pengabdian ini penulis melaksanakan kegiatan selain daripada peningkatan produk juga peningkatan pemasaran dan manajemennya. Berdasarkan pada masalah tersebut perlu maka dilaksanakan pengabdian untuk memanfaatkan produk tidak layak jual papaya dan pisang yang melimpah ini sebagai bentuk inovasi produk pada UMKM Kerpik Desa Penantian, sehingga akan meningkatkan jumlah produk dan pendapatan UMKM ini (Awaluddin et al., 2023). Selain permasalahan inovasi produk ini berdasarkan observasi pada UMKM Keripik Desa Penantian dapat diketahui beberapa aspek permasalahan yang utamanya dalam pengembangan produk pengolahan Pepaya dan Pisang ini yaitu aspek permodalan, aspek pemasaran dan aspek manajerial. Pelatihan dan pendampingan merupakan alternative solusi dalam peningkatan sumber daya manusia (Sinta et al., 2023).

2. Metodologi

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan terlibat secara langsung dalam kegiatan sasaran. Pendekatan ini merupakan factor penting untuk menentukan program yang tepat sasaran, berorientasi praktis, pemberdayaan dan berkelanjutan (Djauhari et al., 2021)(Ahmad Mustanir, Rifni Nikmat Syarifuddin, 2019). Adapun tahapan dalam pendekatan partisipatif ini ialah sbb:

1) Pembentukan Tim

Tujuan dari pembentukan tim dalam pengabdian di masyarakat kemitraan ini adalah agar anggota tim dapat berkontribusi sesuai dengan kepakaran atau keahliannya(Sinaga et al., 2020), dalam memberikan solusi untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Keripik Pisang Desa Penantian.

2) Survey

Melakukan survey dan observasi ke desa penantian untuk melihat peluang pada pepaya dan pisang yang banyak tersortir dan tidak layak jual. selain itu juga untuk melihat produksi UMKM Keripik Pisang ke desa Penantian untuk melihat apakah memenuhi syarat untuk bisa berpartisipasi pada kegiatan pengabdian ini (Utami et al., 2020).

3) Perumusan Permasalahan Mitra

Menganalisis permasalahan yang dihadapi mitra melalui diskusi secara langsung dengan pemilik UMKM Kerpik Pisang Penantian dalam mengembangkan usahanya. Diskusi bertujuan untuk mengenal UMKM dan mengetahui seberapa besar potensi yang dimiliki UMKM(Abdi et al., 2020).

4) Analisis dan penentuan Solusi Permasalahan

Melakukan analisis terhadap masalah yang diutarakan oleh mitra dari aspek produksi, pemasaran dan managerial. Adanya solusi yang baik akan meningkatkan motivasi bagi masyarakat lainnya akan UMKM sehingga akan memunculkan pelaku UMKM dan produk baru (Febriansyah et al., 2023).

5) Implementasi

Dalam tahap implementasi ini dilakukan beberapa kegiatan sesuai dengan permasalahan dan solusi yang ada.

6) Evaluasi

Pada tahap ini tim melakukan evaluasi pada keberhasilan mitra dalam mengembangkan usahanya agar dapat diketahui seberapa besar keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini terhadap usaha mitra(Sri Utami et al., 2023).

7) Pelaporan

Pada tahap ini dibuat laporan aktivitas pengabdian pada UMKM Keripik Pisang Desa Penantian ini dan outputnya dari kegiatan pengabdian ini.

3. Hasil dan pembahasan

Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan sejak Mei 2023 dengan fokus mencari peluang peningkatan pendapatan dan usaha pada masyarakat desa Penantian yang mayoritas adalah petani. Kegiatan ini berlanjut pada pengabdian dengan melibatkan mahasiswa sebagai tim dalam kegiatan ini. Pada proses survey awal yang dilakukan oleh tim di desa penantian terdapat banyak sekali sumberdaya alam dan hasil pertanian yang terbengkalai dan tidak dimaksimalkan pengolahannya sebagai peluang baru dalam inovasi usaha. UMKM Keripik pisang hanya membuat satu produk saja yaitu keripik pisang, dan dijual jika ada yang memesan produk saja. Sehingga perlu berbagai solusi untuk pemecahan masalah pada aspek produksi, pemasaran dan Manajerial UMKM.

Adapun rincian kegiatan dalam pengabdian ini ialah sebagai berikut:

Melakukan Pembahasan yang akan dilakukan oleh tim PKM dengan melibatkan UMKM Keripik pisang Desa Penantian. Pembahasan ini berfokus pada peningkatan jumlah produk mitra dengan menambahkan inovasi produk Pepaya sortiran menjadi Produk Pepaya APeS(Abon, Permen & Selai) dan Pisang yang sudah tidak laku dijual di pasar menjadi produk Pisang KeMPeS(Keripik, Molen, dan Permen Sale). Selain itu juga membahas keperluan peralatan produksi yang dibutuhkan mitra guna dapat memaksimalkan produksi produk inovasi Pepaya APeS dan Pisang KeMPeS ini, juga membahas

tentang proses pemasaran produk dengan Digital Marketing dan Manajemennya agar produk UMKM ini dapat meningkat(Oliviera et al., 2023).

Dalam rangka mendukung upaya inovasi produk "Pepaya APeS" dan "Pisang KeMPes," tim kami telah mengambil langkah-langkah konkret dengan memberikan bantuan berupa peralatan produksi yang sangat diperlukan. Bantuan ini mencakup pengadaan peralatan dan bahan yang relevan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi keripik pepaya dan pisang. Kegiatan ini dilakukan secara langsung dan disaksikan oleh tim kami bersama anggota mitra UMKM Keripik Desa Penantian, yang merupakan penerima bantuan ini.

Peralatan produksi yang diberikan melibatkan beberapa elemen kunci, yaitu:

1. Spinner (pengereng): Spinner adalah perangkat yang sangat penting dalam proses produksi keripik pepaya dan pisang. Fungsinya adalah untuk menghilangkan kelebihan air atau cairan dari potongan pepaya dan pisang sebelum proses penggorengan. Dengan demikian, ini akan menghasilkan keripik yang lebih renyah dan memiliki umur simpan yang lebih lama.
2. Seperangkat alat penggorengan: Peralatan ini mencakup wajan, kompor, dan alat penggorengan khusus yang digunakan untuk menggoreng potongan pepaya dan pisang hingga mencapai tingkat kematangan yang diinginkan. Dengan adanya alat penggorengan yang memadai, produk akhir akan memiliki tekstur yang kering dan renyah.
3. Peralatan packing: Dalam upaya meningkatkan efisiensi proses produksi dan penjualan produk, kami juga memberikan peralatan packing yang mencakup timbangan, mesin penyegel, plastik kemasan, dan label. Peralatan ini memungkinkan mitra UMKM untuk menimbang dan mengemas keripik pepaya dan pisang dengan presisi, serta memberikan tampilan yang menarik dan aman untuk konsumen.

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan variasi produk, jumlah produksi, dan juga nilai tambah dari produk-produk keripik pepaya dan pisang. Peralatan-produksi tersebut diserahkan secara langsung kepada mitra UMKM Keripik Desa Penantian serta mendapat pengawasan dan pendampingan dari Perwakilan Institut Teknologi Pagar Alam, sehingga memastikan bahwa implementasi peralatan ini berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan yang telah disepakati bersama.



Gambar 2. Penyerahan Alat dan Bahan Pengembangan UMKM

Dalam aspek produksi, pendekatan yang diterapkan adalah memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan alat produksi yang efektif. Ini mencakup pelatihan penggunaan mesin dan peralatan yang telah disediakan serta bimbingan dalam pengembangan dan diversifikasi produk bagi UMKM Keripik Desa Penantian. Aktivitas pelatihan ini diikuti dengan antusiasme oleh anggota UMKM Keripik Pisang Penantian. Mereka diberikan kesempatan untuk memahami secara mendalam cara menggunakan

spinner (pengeriing), alat penggorengan, dan peralatan packing dengan efisien. Selain itu, mereka juga diajarkan tentang praktik terbaik dalam pengolahan pisang dan pepaya menjadi keripik yang berkualitas tinggi. Selama pelatihan, mereka mendapatkan pengetahuan tentang berbagai teknik penggorengan, pemilihan bahan baku yang berkualitas, serta penggunaan bumbu atau penambah rasa untuk menciptakan variasi produk yang menarik bagi konsumen. Tim pendamping dari Institut Teknologi Pagar Alam memberikan arahan praktis dan mendalam tentang proses produksi yang efisien dan berkualitas.

Selain itu, anggota UMKM Keripik Pisang Penantian juga diajak untuk berpikir kreatif dalam hal diversifikasi produk. Mereka diberikan panduan tentang bagaimana mengembangkan berbagai varian keripik pisang dan pepaya yang dapat memenuhi selera beragam konsumen. Ini termasuk eksplorasi berbagai bumbu dan metode pengolahan untuk menciptakan produk inovatif. Dengan pelatihan yang komprehensif ini, anggota UMKM Keripik Pisang Penantian diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan peralatan produksi yang baru diberikan, meningkatkan kualitas produk mereka, dan mengembangkan portofolio produk yang lebih beragam dan menarik untuk pasar. Ini adalah langkah penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM Keripik Pisang Penantian di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam pengembangan produk papaya dengan memanfaatkan papaya asil sortir yang masih muda dan terlalu matang diubah menjadi berbagai produk Pepaya APeS (Abon, Permen, dan Selai). Hal serupa juga diterapkan pada pisang yang terlalu matang dijadikan produk olahan Pisang KeMPes (Keripik, Molen dan Permen Sale), di mana produk keripik juga memiliki varian rasa yaitu coklat, vanilla dan green tea. Selama proses pengembangan produk, selalu mempertimbangkan selera konsumen, dan pada Pelatihan ini disampaikan melalui ceramah, sesi tanya jawab, dan demonstrasi praktek langsung seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Pendampingan Inovasi Produk

Dalam aspek manajemen dan pemasaran, pendampingan yang dilakukan mencakup proses pembukuan keuangan yang lebih rinci dan mendalam bagi UMKM Keripik Pisang Penantian. Tujuan utamanya adalah untuk membantu mereka memahami dan mengelola keuangan bisnis mereka dengan lebih efektif dan transparan (Juniyanto et al., 2023).

Pendampingan dalam pembukuan keuangan mencakup langkah-langkah berikut:

1. Pengelolaan Pemasukan dan Pengeluaran: Anggota UMKM Keripik Penantian diajarkan tentang pentingnya mencatat dengan akurat semua pemasukan dan pengeluaran yang terkait dengan operasi bisnis mereka. Mereka diberikan panduan tentang bagaimana membuat catatan yang sistematis dan lengkap untuk setiap transaksi keuangan, termasuk penjualan produk, pembelian bahan baku, biaya produksi, dan lainnya (Hariyani et al., 2021).
2. Perhitungan Laba: Tim pendamping membantu anggota UMKM Keripik Penantian untuk menghitung laba bersih yang dihasilkan oleh bisnis mereka. Ini melibatkan perbandingan antara pemasukan dan pengeluaran, termasuk biaya operasional, gaji karyawan, dan biaya lainnya. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang laba bersih, UMKM dapat mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat mengoptimalkan efisiensi operasional.

3. Pengelolaan Kas: UMKM Keripik Penantian diajarkan tentang bagaimana mengelola kas dan memantau aliran kas mereka dengan cermat. Mereka diberikan strategi untuk menghindari kekurangan kas yang dapat mengganggu operasional bisnis. Ini termasuk manajemen piutang dan utang, serta perencanaan keuangan jangka pendek.
4. Pemasaran dan Promosi: Selain pembukuan keuangan, tim pendamping juga membantu UMKM Keripik Penantian untuk merancang strategi pemasaran yang efektif. Mereka diberikan panduan tentang bagaimana memahami pasar dan pelanggan mereka, mengidentifikasi kelebihan produk mereka, dan mengembangkan rencana pemasaran yang tepat sasaran. Ini mencakup strategi promosi, penggunaan media sosial, dan manajemen merek.

Dengan pendampingan yang cermat dalam pembukuan keuangan dan pemasaran, UMKM Keripik Pisang Penantian diharapkan dapat memiliki kontrol yang lebih baik atas keuangan mereka, memaksimalkan laba, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mengembangkan bisnis mereka. Ini akan membantu mereka dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan mencapai keberlanjutan jangka panjang, seperti di tunjukkan pada gambar 4.



Gambar 4. Pelatihan Bidang manajemen dan Pemasaran

Pada bidang pemasaran juga dilakukan proses pendampingan desain *smart packaging* dengan berbagai macam kemasan, label dan merk produk, agar lebih menarik. Solusi ini sesuai dengan pendapat dari (Fisla Wirda et al., 2020) yang menyatakan bahwa makanan yang dikemas dengan baik akan tahan lebih lama, sehingga masa kadaluarsanya menjadi lebih panjang. Selain itu, juga akan membuat konsumen lebih tertarik. Dalam mendesain dan membuat keemasan perlu memperhatikan standar keamanan produk dan higienis agar tidak mudah rusak dan tetap renyah serta desain labelnya harus menarik dan bagus yang mencantumkan merk agar konsumen lebih tertarik untuk membeli. Label di buat lebih berwarna, berisikan merk, komposisi, dan manfaat. Produk Olahan Pepaya di beri nama Pepaya APeS dan Produk olahan Pisang diberi nama Pisang KeMPes, Beberapa gambar produk dapat dilihat pada gambar 5 dan gambar 6.

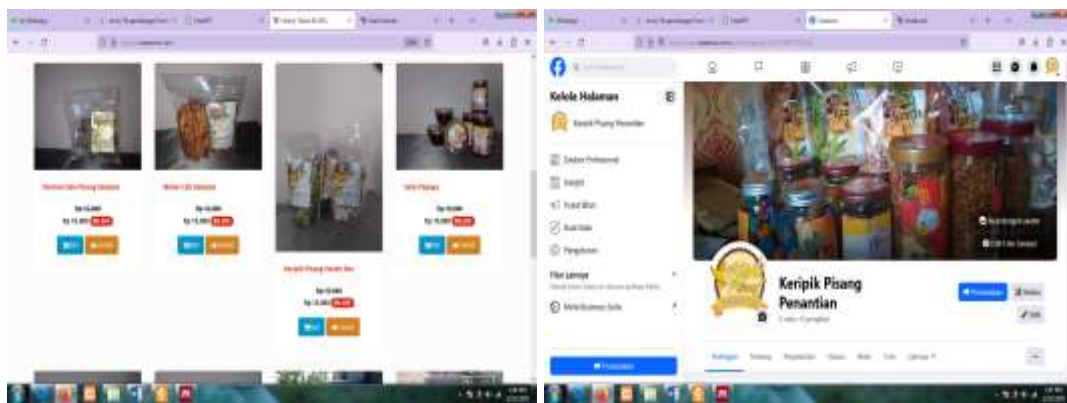


Gambar 5. Kemasan Produk Pepaya



Gambar 6. Kemasan Produk Pisang

Pada kondisi awal UMKM keripik pisang melakukan promosi melalui mulut kemulut namun untuk saat ini produk akan direncanakan secara matang untuk pemasarannya melalui toko online dan juga media social. Kegiatan pendampingan menggunakan media sosial dalam kegiatan pemasaran produknya, media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal untuk memasarkan produk (Roslina et al., 2023).



Gambar 7. Aplikasi Sikuduk & Media Sosial

Selain itu kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga di liput oleh media masa dan media cetak local yaitu pada laman website berita <https://pagaralampos.bacakorani.co> sebagai upaya memperluas informasi dan promosi produk UMKM pepaya APeS dan Pisang KEMPes seperti yang ditunjukkan pada gambar 7.



Gambar 8. Promosi Kegiatan PKM di media masa

Hasil dari kegiatan ini menghasilkan peningkatan jumlah produk, meningkatkan nilai jual produk, meningkatkan manajemen pemasaran dan keuangan, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Kegiatan PKM

Aspek Permasalahan	Solusi	Hasil
Aspek Permodalan	Aspek permodalan yang ditawarkan yaitu dengan menerapkan teknologi pengolahan produk yang akan menambah jenis produk dan meningkatkan nilai dari produk dengan packing dan branding.	<ul style="list-style-type: none"> - Variasi Produk Baru Pepaya APeS(Abon, Permen dan Selai) - Variasi Produk Baru Pisang KeMPeS (Keripik, Molen, Permen dan Sale) - 1 paket mesin produksi produk dan packing.
Aspek Teknologi Pemasaran	Pemasaran produk UMKM Keripik Pisang Desa Penantian melalui website dan media sosial	Aplikasi Sistem informasi Kenalkan Produk (SIKUDUK) berbasis Web yang terintegrasi dengan pemasaran online dan media Social UMKM Keripik Pisang Desa Penantian (Facebook, Instagram dan Tiktok)
	Penggunaan Sistem pembayaran berbasis digital untuk mempermudah proses transaksi	Implementasi Sistem Pembayaran digital yang terintegrasi dengan aplikasi SIKUDUK
Aspek Managerial	Penggunaan Sistem manajemen UMKM yang terintegrasi langsung dengan aplikasi website, untuk rekapitulasi Produk terjual, terlaris, stok, dan laporan keuangan.	Implementasi Aplikasi SIKUDUK yang terintegrasi dengan manajemen laporan produk dan keuangan berbasis website.

4. Kesimpulan

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Penantian Kecamatan Jarai terhadap UMKM Keripik Pisang Penantian sangat nyata. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan mereka melalui pemanfaatan papaya sortir dan pisang yang terlalu matang, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di desa tersebut. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung program Kepala Desa Penantian dalam mengembangkan UMKM dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Para peserta dan pemilik UMKM juga telah meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam hal pengembangan produk, diversifikasi produk, penggunaan peralatan dan mesin yang sesuai, desain produk, pengemasan, dan pemasaran produk mereka.

Penelitian ini memiliki dampak yang sangat positif terhadap perkembangan UMKM Keripik Penantian, serta memberikan wawasan yang penting tentang bagaimana digital marketing dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi local (Wisnuaji et al., 2023). Implikasi dari penelitian ini memiliki beberapa aspek yang perlu dipahami lebih rinci:

1. Peningkatan Kualitas dan Jumlah Produk: Melalui pemanfaatan digital marketing, UMKM Keripik Penantian berhasil meningkatkan kualitas dan jumlah produk mereka. Mereka dapat menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas dan memenuhi permintaan yang lebih besar. Ini berdampak positif pada pendapatan mereka dan pada akhirnya, pertumbuhan ekonomi lokal.
2. Akses ke Pasar yang Lebih Luas: Strategi digital marketing membantu UMKM Keripik Penantian untuk mencapai pasar yang jauh lebih luas daripada sebelumnya. Mereka tidak hanya menjual produk mereka secara lokal, tetapi juga dapat menjangkau pelanggan di berbagai daerah, bahkan internasional. Ini memungkinkan mereka untuk bersaing di pasar yang lebih besar dan beragam.

3. Efisiensi Operasional: Pemanfaatan platform digital memungkinkan UMKM untuk mengelola inventaris dan stok dengan lebih efisien. Mereka dapat melacak permintaan pelanggan, mengelola persediaan dengan lebih baik, dan merespon tren pasar dengan cepat. Hal ini mengurangi risiko kerugian karena stok yang kadaluwarsa atau kekurangan stok.
4. Pemanfaatan Teknologi: Melalui penelitian ini, UMKM Keripik Penantian telah belajar untuk memanfaatkan teknologi dengan lebih baik. Mereka dapat menggunakan berbagai alat digital seperti situs web, media sosial, dan platform e-commerce untuk mempromosikan dan menjual produk mereka. Ini adalah keterampilan yang penting dalam ekonomi digital saat ini.
5. Replikasi Model Bisnis: Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa UMKM di desa-desa serupa dapat mengadopsi strategi serupa dalam mengembangkan produk olahan pertanian dan meningkatkan akses pasar melalui platform digital. Model bisnis yang telah terbukti berhasil oleh UMKM Keripik Penantian dapat menjadi panduan bagi UMKM lain yang ingin berkembang dalam lingkungan serupa.

Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya memberikan manfaat bagi UMKM Keripik Penantian secara langsung, tetapi juga membuka pintu bagi perkembangan ekonomi lokal yang lebih besar melalui pemanfaatan digital marketing dan strategi bisnis yang relevan. Ini merupakan langkah penting menuju pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat lokal.

Ucapan terima kasih

Terima kasih sampaikan ucapan terima kasih yang mendalam atas dukungan dan pembiayaan yang sangat berharga dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) serta Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi Pagar Alam dan kepada mitra UMKM Keripik Pisang Penantian dalam mendukung penelitian kami yang berjudul "Pengembangan Produk Olahan Hasil Pertanian Tidak Layak Jual Pepaya APeS (Abon, Permen, Selai) dan Pisang KeMPeS (Keripik, Molen, Permen, Sale) pada UMKM Keripik Pisang Desa Penantian Berbasis Digital Marketing."

Bantuan dan dana yang Anda sediakan telah menjadi pondasi utama kesuksesan penelitian ini. Dengan dukungan ini, kami berhasil mengembangkan produk olahan dari pepaya dan pisang yang awalnya tidak layak jual menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan meningkatkan kesejahteraan UMKM di Desa Penantian. Penelitian ini tidak hanya berdampak positif pada UMKM, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga dalam penerapan strategi digital marketing. Semoga kerja sama yang baik ini dapat berlanjut untuk mendukung pengembangan masyarakat dan penelitian yang bermanfaat di masa depan.

Referensi

- Abdi, J. K., Harini, C., & Rohman, A. (2020). Iptek Bagi Masyarakat dan Pengembangan Marketing Online Pada UMKM Kabupaten Semarang. *Jurnal Karya Abdi*, 4, 701–706.
- Ahmad Mustanir, Rifni Nikmat Syarifuddin, H. H. (2019). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Desa Dalam Perencanaan Metode Partisipatif. *Jurnal Moderat*, 5(3), 227–239.
- Awaluddin, S. P., Nurani, N., Awaluddin, A., & Muntasir, M. (2023). Pelatihan , Produksi , Pemasaran Dodol Jagung Khas Paitana bagi Remaja dan Ibu Rumah Tangga di Jeneponto (Training , Production and Marketing of Paitana Typical Corn Dodol for Teenagers and Housewives in Jeneponto). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 93–102.
- Djauhari, M., Rama Abi Kumara, Andini Putri, Yusuf A, Muclis Adi, & Rona Ayu. (2021). Pendekatan Partisipatif Dalam Memberdayakan Pemasaran Online UMKM di Kampung Krupuk Sukolilo Surabaya. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 28–36. doi: 10.37826/prapanca.v1i1.134
- Febriansyah, F., & Angraini, L. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis E-Market Pada UMKM Desa Gunung Raya. *J-ABDI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(9), 6127–6132.
- Fisla Wirda, Herizon, & Trimardi Putra. (2020). Penguatan Daya Saing UKM Pada Usaha Makanan Khas Daerah Sumatera Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 579–587. doi: 10.31849/dinamisia.v4i4.4165
- Hariyani, R., & Prasetio, T. (2021). Pemanfaatan perangkat lunak akuntansi dalam penyusunan laporan keuangan bagi siswa SMK Muhammadiyah 9 Jakarta (Utilization of accounting software in

- preparing financial statements for students of SMK Muhammadiyah 9 Jakarta). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 107–115.
- Hartini, I., Sholiha, E., & Iskandar, I. (2023). Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika Di Kabupaten Lahat. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 695–702. doi: 10.37676/ekombis.v11i1.3105
- Juniyanto, E., Nugraha, E., & Dewindaru, D. (2023). Pendampingan Pengelolaan dan Pelaporan Keuangan Pondok Pesantren Al-Firdaus (Management Assistance and Financial Reporting Al-Firdaus Islamic Boarding School). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 103–115.
- Mardhiah, A. (2021). *Pengolahan Pepaya Muda (Carica Papaya L) Menjadi Abon*. 9(3), 512–517.
- Oliviera, F. P., Evafgia M, G. B., Ketmoon, A., & Hildegardis Missa, A. B. B. (2023). Sosialisasi dan Digitalisasi Marketing UMKM Fersita Batako di Desa Baumataa, Kabupaten Kupang-NTT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 41–48.
- Roslina, R., Jimad, H., & Mardiana, N. (2023). Pemasaran Media Sosial Produk Kelompok Wanita Tani Desa Sungai Langka (Social Media Marketing Products for Women Farmers Group in Sungai Langka Village). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 219–223.
- Sinaga, A. S., Kadir, A., & Mardiana, S. (2020). Peranan Motivasi Kerja dalam Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Tanjungbalai Utara Kota Tanjung Balai The Role of Work Motivation in Employee Performance at the North Tanjungbalai District Office of Tanjung Balai City. *Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 2(1), 89–97.
- Sinta, V., Nanang, M., Priyono, S., & Muksin, A. (2023). Sosialisasi Pemasaran Berbasis E-Commerce pada Home Industri di Desa Mergotentrem Kabupaten Oku Timur (Socialization of E-Commerce Based Marketing for Home Industries in Mergotentrem Village , East Oku District). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 247–255.
- Sri Utami, E., Wulandari, I., & Bayu Utomo, R. (2023). Sosialisasi Pajak UMKM dan Pelatihan Pencatatan Keuangan Terhadap Pelaku UMKM Jalan Wates Yogyakarta. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2), 264–274.
- Syahza, A. (2003). Paradigma Baru: Pemasaran Produk Pertanian. *Ekonomi*, VIII(01), 1–11.
- Utami, F., & Prasetyo, I. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pengabdian Masyarakat dalam Meningkatkan Kemampuan Pemasaran Produk Community Empowerment Program Through Community Service in Improving Product Marketing Capabilities. *Journal of Millennial Community*, 2(1), 20–27.
- Widiana, A., Cahyanto, T., Supriyatna, A., Kusumorini, A., & Hafsari, A. R. (2019). *Pelatihan Inovasi Produk Pangan Abon Pepaya Muda di Dusun Pamagersari Desa Tanjungsari Sumedang. 03*.
- Wisnuaji, P. T., Rachmawati, D., & Sudari, S. A. (2023). Penerapan Digital Marketing untuk Peningkatan Pemasaran UKM Heppi Kitchen Depok (Application of Digital Marketing to Improve Marketing for UKM Heppi Kitchen Depok). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 139–146.