



Optimalisasi Batang Pisang Menjadi Produk Olahan “D’Bogz” dengan Pemasaran Modern di Desa Prapaglor Kabupaten Purworejo

**Anita Rinawati^{*}, Fannies Tauryza, Laili Ainun Nisa, Sri Wulandari,
Niken Martselina Asih**

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Purworejo, Indonesia.

*Corresponding Author. Email: anita@umpwr.ac.id

Abstract: This community service activity aims to increase community productivity through the utilization of banana stems into D'bogz processed products with modern marketing in Prapaglor Village, Purworejo Regency. The partners of this activity were the PKK group of Prapaglor village consisting of 15 housewives who have potential in the field of product processing and want to become entrepreneurs. The method of implementing this service used counseling and training. The results of this service activity were that partners had the knowledge and skills to process banana stems into D'bogz products that have a selling value. In addition, partners also had skills in modern packaging and marketing so that the output targets were achieved in the form of Village SDGs targets in the context of village employment and economic growth, environmentally conscious village consumption and production towards healthy and prosperous villages within the framework of partnerships for village development.

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas masyarakat melalui pemanfaatan batang pisang menjadi produk olahan D’bogz dengan pemasaran modern di desa Prapaglor Kabupaten Purworejo. Mitra kegiatan ini adalah kelompok PKK desa Prapaglor yang berjumlah 15 orang ibu rumah tangga yang berpotensi di bidang pengolahan produk serta berkeinginan untuk berwirausaha. Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan penyuluhan dan pelatihan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan mengolah batang pisang menjadi produk D’bogz yang memiliki nilai jual. Selain itu, mitra juga memiliki keterampilan dalam hal pengemasan dan pemasaran berbasis modern sehingga tercapai target luaran berupa sasaran SDGs Desa dalam konteks pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi desa, konsumsi dan produksi desa yang sadar lingkungan menuju desa yang sehat dan sejahtera dalam kerangka kemitraan untuk pembangunan desa.

Article History:

Received: 10-12-2024
Reviewed: 14-01-2025
Accepted: 26-01-2025
Published: 18-02-2025

Key Words:

Training; Production;
Digital Marketing.

Sejarah Artikel:

Diterima: 10-12-2024
Direview: 14-01-2025
Disetujui: 26-01-2025
Diterbitkan: 18-02-2025

Kata Kunci:

Pelatihan; Produksi;
Pemasaran Digital.

How to Cite: Rinawati, A., Tauryza, F., Nisa, L., Wulandari, S., & Asih, N. (2025). Optimalisasi Batang Pisang Menjadi Produk Olahan “D’Bogz” dengan Pemasaran Modern di Desa Prapaglor Kabupaten Purworejo. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 6(1), 209-218. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v6i1.13891>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v6i1.13891>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, pembangunan daerah diharapkan memanfaatkan potensi yang ada di wilayah tersebut, termasuk sektor ekonomi yang memiliki kapasitas untuk mendorong pertumbuhan ekonomi (Sagajoka & Luciany, 2020). Selain itu potensi Sumber daya alam yang ada di daerah, aspek karakteristik wilayah baik itu produksi, konsumsi maupun kewirausahaan juga merupakan salah satu aspek yang penting dalam perencanaan pembangunan di daerah (Nona & Juniasih, 2020). Diharapkan dari keberhasilan



program, Desa Prapaglor dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui menciptakan lapangan pekerjaan baru dalam bidang kewirausahaan. Selain itu, program ini juga membuka peluang kerjasama dengan sektor swasta, lembaga pendidikan, dan organisasi non-pemerintah (NGO) untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan produk berbasis batang pisang. kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Prapaglor, meningkatkan kualitas hidup mereka, dan menciptakan desa yang lebih mandiri dan berkelanjutan, dengan pemanfaatan hasil samping pertanian dan penerapan pemasaran modern yang efisien.

Pisang adalah tanaman tropis yang memerlukan suhu hangat dan kelembaban tinggi untuk tumbuh dengan baik. Sumber daya alam di Indonesia sangat beragam dan banyak (Hiden & Ningsih, 2021). Prapaglor yang berada di Pituruh, Purworejo, memiliki iklim yang relatif cocok untuk budidaya pisang. Tanaman pohon pisang ini memerlukan curah hujan yang cukup berkisar 1500-3000 mm per tahun, dan tanaman ini dapat tumbuh optimal pada suhu sekitar 27-30°C

Desa Prapaglor memiliki potensi besar dalam pengembangan produk berbasis pisang, mengingat kondisi iklim yang cocok untuk budidaya pisang dan ketersediaan sumber daya manusia yang dapat diberdayakan. Meskipun banyak penduduk desa terlibat dalam sektor pertanian, produk yang dihasilkan seringkali terbatas pada olahan sederhana seperti keripik pisang. Batang pisang seringkali menjadi limbah yang tidak dimanfaatkan secara optimal. Padahal, batang pisang memiliki potensi besar untuk diolah menjadi produk bernilai tambah, seperti kerajinan tangan, bahan bangunan, atau bahan tekstil. Batang pisang juga baik untuk kesehatan karena dapat membersihkan sistem pencernaan, menurunkan berat badan, mengontrol tekanan darah dan kolesterol, mengobati asam lambung, menstabilkan gula darah, dan banyak lagi (Sumbawati, 2023). Selain itu, pentingnya kekuatan branding suatu produk di era persaingan global ini dibicarakan dan diterapkan. Label produk membantu membedakan produk satu dari yang lain. Selain itu, bisnis dapat memberikan informasi tentang legalitas, kode produksi, kualitas, dan petunjuk lainnya yang penting (Aryani, 2022).

Salah satu masalah penting yang dihadapi adalah keterbatasan fasilitas pengolahan dan pengetahuan masyarakat tentang cara mengolah pisang dan batang pisang menjadi produk bernilai tinggi. Selain itu, kewirausahaan masyarakat dalam olahan makanan dan pemanfaatan limbah singkong harus ditingkatkan. Ini akan memungkinkan masyarakat untuk memiliki keterampilan yang diperlukan untuk memiliki kemandirian ekonomi (Laila Febrina, 2020). Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan yang diberikan meliputi keterampilan mengelola usaha berbasis produk lokal, serta cara-cara modern dalam mengembangkan usaha melalui pemasaran digital. Diharapkan, dengan memanfaatkan digital marketing, produk olahan batang pisang dapat dipasarkan secara lebih efektif, mengatasi keterbatasan akses pasar lokal yang selama ini menjadi hambatan.

Program Ini tidak hanya memperhatikan pengembangan ekonomi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi limbah perkebunan yang tidak terkelola. Prinsip ekonomi sirkular merupakan mengolah barang yang dianggap limbah menjadi produk bernilai tinggi, yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Seperti pemanfaatan batang pisang menjadi bahan baku produk olahan. Target luaran dari kegiatan ini mengacu pada pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya terkait dengan aspek pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi, konsumsi dan produksi yang sadar lingkungan, serta kemitraan untuk pembangunan desa. Program ini bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa, tetapi juga



mengedepankan keberlanjutan lingkungan dan prinsip pembangunan inklusif yang melibatkan berbagai pihak (Milennial, 2022).

Kegiatan Praktikum Kewirausahaan bertajuk “Optimalisasi Batang Pisang Menjadi Produk D’Bogz dengan Pemasaran Modern di Desa Prapaglor, Pituruh, Purworejo” bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pemanfaatan hasil samping tanaman pisang, mengurangi limbah batang pisang di perkebunan, melatih keterampilan kewirausahaan, dan memperkenalkan pemasaran digital. Mitra utama dalam kegiatan ini adalah kelompok PKK di Desa Prapaglor, yang sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian, di mana lingkungan alam mendukung pertumbuhan tanaman pisang dari segi iklim, tanah, dan sumber daya manusia.

Melalui program ini, masyarakat Desa Prapaglor dilatih untuk mengolah batang pisang menjadi produk olahan dengan merek D’Bogz, yang akan meningkatkan nilai jual produk tersebut. Dalam kegiatan tersebut, kami mengadakan pelatihan untuk masyarakat tentang penggunaan platform digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, TikTok) untuk memasarkan produk mereka. Pelatihan ini bisa mencakup pembuatan konten menarik (foto produk, video tutorial, dll.), cara beriklan di media sosial, serta penggunaan aplikasi e-commerce. Pengetahuan tentang cara berjualan di marketplace seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak juga disampaikan dengan tujuan agar produk bisa lebih mudah ditemukan oleh konsumen di luar daerah.

Metode Pengabdian

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi penyuluhan dan pelatihan terkait pembuatan, pengemasan, dan pemasaran modern dengan branding produk keripik batang pisang D’Bogz dilakukan dengan penayangan video pembuatan, penempelan label, dan sosialisasi pemasaran modern yang bisa dilakukan melalui platform e-commerce mulai dari aplikasi whatsapp, shopee, lazada, dan tokopedia. Evaluasi pelatihan dilakukan untuk mengetahui pencapaian tujuan pelaksanaan pelatihan. Instrumen evaluasi pelatihan dilakukan dengan kontak langsung melalui observasi dan wawancara.

Evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui peningkatan kemampuan mitra sebelum dan sesudah pelatihan. Indikator keberhasilan pelatihan ini antara lain: (a) Peserta pelatihan hadir sesuai jadwal; (b) Peserta menyatakan memahami materi yang diberikan; (c) Peserta pelatihan memiliki motivasi untuk dapat dapat mengolah hasil samping batang pisang menjadi produk olahan layak jual; dan (d) Peserta pelatihan dapat membuat kemasan dan label serta memasarkan produk melalui platform digital.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Melalui beberapa metode yang menjadi dasar pelaksanaan ini, Tim Pengabdian melakukan beberapa tahapan dalam menyusun dan melaksanakan pengabdian masyarakat yang bermuara pada konsep pelatihan dan sosialisasi yang sesuai dengan kondisi lapangan. Beberapa tahapan tersebut dijabarkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Tahapan Pengabdian Masyarakat

Tahap	Gambar	Deskripsi
Observasi Lapangan dan Perencanaan	 <p style="text-align: center;">Gambar 1. Lahan Perkebunan Pisang</p>	<p>Tahap Observasi dilakukan di Desa Prapaglor yang merupakan daerah yang memanfaatkan lahannya sebagai kebun pisang bahkan di tengah pemukiman penduduk. Survey yang dilakukan berkoordinasi dengan Ibu Kepala Dusun dan perwakilan kelompok PKK Desa Prapaglor. Kegiatan selanjutnya yaitu tahap perencanaan menyusun strategi dan memenuhi kebutuhan masyarakat adalah salah satu pekerjaan yang dilakukan oleh program ini.</p>
Persiapan Produk	 <p style="text-align: center;">Gambar 2. Persiapan Produksi</p>	<p>Tahap persiapan. Tahap ini dilakukan dengan menyusun rangkaian kegiatan berupa jadwal kegiatan, dan menyiapkan materi untuk sosialisasi. Menurut Mudawaroch, R. E., Rahmawati, F., Rinawati, A., Putri, S. F., & Kurniawan, R. A. (2024), tahap persiapan merupakan tahap awal dengan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang akan terlibat dalam acara pelatihan. Tahapan ini juga menyiapkan produk yang akan diperkenalkan beserta beberapa perlengkapan kegiatan nantinya.</p>
Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan	 <p style="text-align: center;">Gambar 3. Registrasi Peserta</p>	<p>Tahap pelaksanaan Sosialisasi dilakukan pada tanggal 31 Oktober 2024 di desa Prapaglor. Kegiatan ini berupa sosialisasi kegiatan pengolahan hasil samping batang pisang menjadi produk layak jual dengan merek D'Bogz.</p> <p>Tahapan yang dilakukan yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Registrasi Peserta, meliputi penulisan nama dan tandatangan di daftar hadir peserta. Dengan adanya rangkaian kegiatan registrasi yang terstruktur ini, diharapkan kegiatan sosialisasi dapat berjalan lancar dan peserta dapat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan baik, serta mendapatkan manfaat yang maksimal. b) Penayangan video pembuatan keripik D'Bogz dan pemaparan materi seputar hasil samping dan pemasaran digital, dan pengenalan produk. Dalam pemaparan materi ini juga disertai dengan tanya



Gambar 4. Pengenalan Produk dan Pemberian Materi Sosialisasi



Gambar 5. Praktek Pengemasan dan Pelabelan merek D'Bogz



Gambar 6. Foto Bersama

jawab dan praktek dengan meninjau langsung aplikasi-aplikasi e-commerce beserta contoh.

- c) Praktek pengemasan dan pelabelan merek pada produk bersama ibu-ibu PKK. Melalui praktek ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan kualitas produk mereka, membuatnya lebih menarik di pasar, dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan ekonomi desa (Sumbawati, 2023)
- d) Foto bersama dosen pembimbing, anggota PKK, dan mahasiswa dengan membawa produk yang sudah dihasilkan.

Dalam kegiatan tersebut, kami mengadakan pelatihan berbasis sosialisasi untuk masyarakat tentang proses pengolahan, pengemasan, serta penggunaan platform digital. Dalam pelatihan ini terdapat 5 pemateri yang tidak hanya menjabarkan teori, tetapi juga praktek nyata. Kelima pemateri tersebut di jabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Materi Kegiatan Pelatihan

Nama Pemateri	Kompetensi	Materi
Dr. Anita Rinawati M.Pd	Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo	General Stadium
Niken Martselina Asih	Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo	Pentingnya Mengolah Hasil Samping
Fannies Tauryza	Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo	Proses Pengolahan Batang Pisang Menjadi Keripik Yang Enak dan Layak Jual
Laili Ainun Nisa	Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo	Tips Memasarkan Produk Secara Online di Berbagai Platform Digital
Sri Wulandari	Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo	Pengemasan Produk Modern Menggunakan Standing Pouch dan Pelabelan Merk D'Bogz

Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat, olahan hasil samping berupa produk batang pisang dengan merek "D'Bogz" dapat lebih dikenal dan dihargai oleh konsumen baik di lingkungan sekitar maupun di luar desa.



Gambar 7. Produk Keripik D'Bogz

Pemasaran online produk keripik batang pisang memanfaatkan berbagai metode digital yang efektif untuk menjangkau konsumen. Beberapa strategi pemasaran yang umum digunakan antara lain:

1) Media Sosial

Menurut penelitian Nunik et al (2019) pemasaran media sosial adalah kegiatan komunikasi pemasaran interaktif antara perusahaan dengan pelanggan begitupun sebaliknya untuk menciptakan penjualan pada produk maupun jasa dari perusahaan tersebut (Rachmawati, 2022). Dalam perluasan pasar, pemasaran produk melalui media sosial dapat meningkatkan hasil penjualan. Menurut Choiruddin (2020) upaya ini memanfaatkan berbagai pendekatan, terutama teknologi modern, seperti media sosial. Pertahankan pelayanan dan kebersihan, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan layanan dapat menarik pelanggan baru. Selain itu, kerja sama yang baik dengan pemasok dan manajemen keuangan yang efektif sangat penting (Maulida & Habiburrahman, 2022).



2) Marketplace

Meningkatnya jumlah pengguna internet berdampak pada pertumbuhan elektronik di Indonesia, terutama di forum jual-beli online. Menurut (C. Laudon dan P. Laudon 2005), e-commerce adalah proses pembelian dan penjualan barang dan jasa secara elektronik dengan transaksi bisnis yang terkomputerisasi dengan menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lainnya. Di zaman yang serba maju ini, Belanja online menarik banyak pelanggan karena memungkinkan mereka untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan tanpa menghabiskan banyak waktu atau tenaga, serta memungkinkan transaksi dengan harga yang cukup bersaing dan barang dengan kualitas yang baik (Rahmawati, 2021).

Pasar adalah tempat di mana Karena pasar sudah memungkinkan penjualan secara online, banyak penjual dan pembeli berkumpul untuk bertransaksi satu sama lain penjual tidak perlu bingung. Untuk memulai penjualan, Anda hanya perlu mendaftar. Tim pasar sudah bertanggung jawab atas semua proses. Penjual hanya perlu memperbaiki layanan dan promosi. Karena banyaknya pembeli dan penjual yang berkumpul di tempat ini, kemungkinan penjualan lebih tinggi.

Shopee adalah pasar terbesar yang sering digunakan oleh pelanggan, salah satunya adalah ibu-ibu Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Selama ini, ibu-ibu PKK hanya bertindak sebagai pelanggan tanpa mengetahui keuntungan finansial yang mungkin mereka dapatkan. Meskipun demikian, karena Shopee tidak memerlukan toko fisik, biaya promosi, atau pembayaran karyawan, mereka dapat memaksimalkan pasar dan meningkatkan penjualan. Apalagi jika penjualan masih rendah, terutama bagi ibu-ibu PKK yang dapat menjual tanpa meninggalkan pekerjaan sehari-hari mereka sebagai ibu rumah tangga (Rahmatika, 2020).

3) Tampilan kemasan produk

Tampilan kemasan produk memiliki efek pada pandangan orang yang melihatnya, karena dapat menarik pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk melalui gambaran unik (Apriyati 2018). Untuk mempermudah penggunaan warna dan sampel, kami menggunakan plastik kemasan standing pouch berwarna coklat. Dalam hal ini, merek juga harus digunakan untuk mendukung produk, mengingat pentingnya kemasan untuk membuat pelanggan lebih mudah mengidentifikasi produk dan penggunaan tanda logo untuk meningkatkan daya tarik produk (Ramadhayanti 2019).

Dari beberapa rangkaian pelatihan yang sukses memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat ini, diharapkan ketercapaian SDGs desa di desa Prapaglor melalui pengembangan sumber daya manusia yang dalam hal ini menyasar pada ibu-ibu PKK ini bisa memberikan motivasi bagi masyarakat untuk terus berkembang dan berinovasi guna memompa perekonomian yang lebih maju. Rinawati, A. (2022) juga menjelaskan adanya keterampilan yang didapat terutama bagi ibu-ibu akan memberikan peluang tambahan penghasilan dan menghindari dari jeratan hutang yang akan berakibat pada keharmonisan keluarga. Studi Iskandar (2021) menemukan bahwa tujuh puluh empat persen dari pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan dibantu oleh SDG Desa. Pembangunan daerah dapat dilakukan dengan memanfaatkan potensi lokal untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Ini mencakup bidang ekonomi yang memiliki kemampuan untuk mendorong dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Hasil pelatihan dan pendampingan menunjukkan bahwa seratus persen mitra telah memahami pentingnya mengolah hasil samping, dalam hal ini berupa batang pisang menjadi produk olahan yang layak jual sampai dengan proses pemasaran yang di modernisasi. Hal ini



juga dijelaskan oleh Tusino, T., Rinawati, A., Wijaya, A., Yuliaputri, A., Aji, E. S., Rahmawati, L., Azhar, M. F., Prakoso, P., Hanifah, R., & Anjelina, R. D. (2023), bahwa dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan dan pelatihan sebagai alternatif peluang usaha guna meningkatkan pendapatan.

Hasil evaluasi dan pengawasan yang dilakukan menunjukkan bahwa kelompok PKK desa Prapaglor telah melaksanakan kegiatan PKM sesuai dengan rencana. Sebagian besar mitra hadir pada kegiatan PKM, menunjukkan bahwa mereka sangat antusias untuk mengikuti jalannya acara sampai selesai, dan mereka aktif berbicara tentang proses pembuatan, labeling produk, dan pemasaran online. Beberapa mitra juga mulai mempraktekkan penjualan online melalui platform WhatsApp. Dengan ibu-ibu kelompok PKK sebagai penggerak dan motivator, diharapkan kegiatan positif ini dapat terus dilakukan di masyarakat.

Tabel 3. Hasil Monitoring dan Evaluasi PKM

No.	Kegiatan	Sebelum	Sesudah
1	Meningkatkan pengetahuan mitra tentang pentingnya mengolah hasil samping batang pisang menjadi produk olahan keripik yang layak jual.	mitra kurang mengetahui pentingnya mengolah hasil samping, dalam hal ini berupa batang pisang yang berserakan di kebun. Mereka cenderung hanya memanfaatkan buah pisangnya saja untuk di jual di pasar dengan harga murah.	mitra mengetahui pentingnya mengolah hasil samping, serta mengerti dan mampu mempraktekkan pengolahan batang pisang menjadi keripik layak jual.
2	Meningkatkan pengetahuan mitra tentang pengemasan dan labeling produk kekinian.	mitra kurang mengetahui pengemasan dan label produk yang kekinian. Kemasan yang digunakan untuk olahan makanan masih sangat sederhana menggunakan plastik transparan.	Mitra mengetahui cara pengemasan dan pelabelan yang baik dan terkesan kekinian agar memiliki daya saing di pasar. Pada <i>case</i> ini menggunakan standing pouch, dan label stiker dengan desain menarik.
3	Meningkatkan pengetahuan mitra tentang pemasaran berbasis digital melalui berbagai platform digital.	Pemasaran produk masih sangat sederhana dengan menjual langsung di warung ataupun di pasar.	Mampu memanfaatkan platform digital seperti whatsapp untuk memasarkan produk, sehingga jangkauan pembeli menjadi lebih luas.

Kesimpulan

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan Mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan mengolah batang pisang menjadi produk D'Bogz yang memiliki nilai jual. Selain itu, mitra juga memiliki keterampilan dalam hal pengemasan dan pemasaran berbasis modern sehingga tercapai target luaran berupa sasaran SDGs Desa dalam konteks pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi desa, konsumsi dan produksi desa yang sadar lingkungan menuju desa yang sehat dan sejahtera dalam kerangka kemitraan untuk pembangunan desa.



Saran

Adapun saran yang disampaikan dalam rangka meningkatkan kemampuan sumber daya kelompok PKK di Desa Prapaglor Kabupaten Purworejo antara lain yakni :

- 1) Memfasilitasi pemasaran produk kepada kelompok PKK dalam menjangkau pasar lokal maupun regional dengan menyediakan akses ke pasar tradisional, pameran UMKM, dan promosi digital dan membangun kerjasama dengan institusi atau dengan lembaga pelatihan, universitas, serta lembaga swasta untuk memberikan pelatihan tentang teknologi pengolahan hasil samping.
- 2) Mengadakan pelatihan rutin terkait inovasi produk olahan samping, seperti olahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tanah dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran produk.

Daftar Pustaka

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons/article/view/2223
- Aryani, M., Septika, B. H., Krisnahadi, T., Ilhamalimy, R. R., & Supratman, S. (2022). Pelatihan pengemasan dan labeling produk untuk meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran bagi UKM Kale Cookies. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 577-583. <https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/article/view/6003>
- Choiruddin, M. N. (2020). Cara memasarkan produk usaha melalui digital marketing. <http://repository.uin-malang.ac.id/9039/>
- Hideen, H., & Ningsih, V. (2021). Inovasi Pemanfaatan Limbah Batang Pisang Menjadi Camilan “Kedebong Taro” Bernilai Ekonomis Di Desa Bagik Polak Barat. *Jurnal Bakti Nusa*, 2(2), 39-46. <https://doi.org/10.29303/baktinusa.v2i2.27>
- Iskandar, A. H. (2021). Metodologi dan Pengukuran SDGs Desa. *Trilogi SDGs Desa*, 1-50.
- Laila Febrina, L., Julfi Restu Amelia, J., Soecahyadi, S., & Ira Mulyawati, I. (2020). PPDM ECOSAVVA DESA NANGGERANG KECAMATAN TAJURHALANG BOGOR. <https://repository.usahid.ac.id/672/1/PPDM%20Ecosavva.pdf>
- Maulida, Y. A., & Habiburrahman, H. (2022). Analisis strategi pemasaran keripik pisang di era pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM Keripik Sumber Rezeki). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 303-314. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.34>
- Mudawaroch, R. E., Rahmawati, F., Rinawati, A., Putri, S. F., & Kurniawan, R. A. (2024). Pelatihan Pembuatan Sempol Sehat di Muhammadiyah Boarding School Kabupaten Purworejo. *Bagelen Community Service*, 2(3), 164-169. <https://ebook.umpwr.ac.id/index.php/bcs/article/view/5480>
- Milenial, P. G., & Desa, M. S. (2022). BUKU PANDUAN UNNES GIAT.
- Nona, R.V., & Juniasih, I.A.K. (2020). Analisis Kepuasan Petani Terhadap Kinerja Penyelenggaraan Penyuluhan Pertanian Di Kabupaten Ende Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 23 (2), 151-162. <https://core.ac.uk/download/pdf/389356568.pdf>
- Rachmawati, D. A., Shije, P. R., Fatwa, K. S., Armansyah, W., Warmana, G. O., SE, M., ... & SA, M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Sumberbendo, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada*



- Masyarakat*, 1(2), 234-241.
<https://ojs.atds.ac.id/index.php/karyaunggul/article/view/121>
- Rahmatika, R., Dhika, H., & Isnain, N. (2020). Penerapan E-commerce pada kelompok PKK di Kelurahan Pabuaran–Cibinong. *Jurnal PKM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3(3), 218-224. <http://dx.doi.org/10.30998/jurnalpkm.v3i3.4614>
- Rahmawati, K. (2021). Pelatihan penjualan online menggunakan marketplace pada UKM di Bantul. *DHARMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
<https://doi.org/10.31315/dlppm.v2i1.4794>
- Ramadhayanti, A. (2019). Pengaruh Logo Kemasan Produk Kosmetik Sebagai Penjelasan Kriteria Produk Pemakaian Dan Tingkat Pengetahuan Kemasan Produk Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Ibu-Ibu/Remaja Cakrawala Ii Tj Priok, Kec. Koja Jakarta Utara). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 8-16.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.8-16>
- Rinawati, A. (2022). Pendampingan dalam mengelola keuangan bagi ibu-ibu pada masa pandemi di Kecamatan Banyuurip Kabupaten Purworejo. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 200–211.
<https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i1.3633>
- Sagajoka, E., & Luciany, Y.P. (2020). Classification of Sector That Tiggers Economic Growth in Ende District during 2015-2019 Period. *Advances in Economics, Business and Management Rsearch*, Volume 169, 26- 28.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.006>
- Sumbawati, N. K., Tara, U., Karmeli, E., & Rachman, R. (2023). Pemanfaatan Batang Pisang menjadi Bahan Olahan Keripik Sebagai Produk Usaha Untuk Meningkatkan Perekonomian UMKM dan Mengurangi Limbah Batang Pisang di Desa Ledang Kecamatan Lenangguar. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 328-335. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/380
- Tusino, T., Rinawati, A., Wijaya, A., Yuliaputri, A., Aji, E. S., Rahmawati, L., Azhar, M. F., Prakoso, P., Hanifah, R., & Anjelina, R. D. (2023). Penguatan Ekonomi Masyarakat melalui Pelatihan Pembuatan Buket Snack bagi Ibu-Ibu PKK . *Surya Abdimas*, 7(3), 422-427. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.2884>