Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

Pengentasan Kemiskinan Ekstrem Berbasis Potensi Lokal: Diversifikasi Produk Olahan Kacang Tanah di Desa Kuanheun Kabupaten Kupang

Ayuvera Rifani Ray*, Johanis Demu, Juendiny Chrisna Ekasari, Filipus Argentano Guntur Suryaputra, Suhartati
Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, Indonesia.
*Corresponding Author. Email: ayuvera.ray@staf.undana.ac.id

Abstract: This community service program aims to strengthen the economic capacity of local communities through the diversification of peanut-based food products, improved business management, and digital marketing. The program was implemented through training, mentoring, practical demonstrations, and business assistance. The results indicate improvements in the partners' knowledge and skills in producing three flagship products: pecel seasoning, peanut crackers, and egg-coated peanuts. The partners also developed competencies in product packaging and label design, basic bookkeeping, and online and offline marketing. Furthermore, the program contributes directly to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 1 (No Poverty), Goal 4 (Quality Education), and Goal 8 (Decent Work and Economic Growth). Follow-up initiatives are directed toward strengthening independent business groups, expanding marketing networks, and replicating the program model in other regions.

Article History:
Received: 08-09-2026
Reviewed: 14-10-2026
Accepted: 30-10-2026
Published: 20-11-2026

Key Words:
Product Diversification; Peanut; Extreme Poverty; Community Empowerment; SDGs.

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat melalui diversifikasi produk olahan kacang tanah, penguatan manajemen usaha, dan pemasaran digital. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan, pendampingan, demonstrasi, dan pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memproduksi tiga produk unggulan (bumbu pecel, peyek kacang, dan kacang telur), kemampuan mendesain kemasan dan label produk, penyusunan pembukuan sederhana, serta pemasaran produk secara online dan offline. Program ini berkontribusi langsung terhadap pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) khususnya Tujuan 1 (Tanpa Kemiskinan), Tujuan 4 (Pendidikan Berkualitas), dan Tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi). Tindak lanjut program diarahkan pada penguatan kelompok usaha mandiri, perluasan jejaring pemasaran, dan replikasi model pada wilayah lain.

Sejarah Artikel:
Diterima: 08-09-2026
Direview: 14-10-2026
Disetujui: 30-10-2026
Diterbitkan: 20-11-2026

Kata Kunci:
Diversifikasi Produk; Kacang Tanah; Kemiskinan Ekstrem; Pemberdayaan Masyarakat; SDGs.

How to Cite: Ray, A., Demu, J., Ekasari, J. C., Suryaputra, F. A. G., & Suhartati. (2026). Pengentasan Kemiskinan Ekstrem Berbasis Potensi Lokal: Diversifikasi Produk Olahan Kacang Tanah di Desa Kuanheun Kabupaten Kupang . *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, *7*(4), 1620-1630. https://doi.org/10.33394/jpu.v7i4.22786

https://doi.org/10.33394/jpu.v7i4.22786

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.

Pendahuluan

Kemiskinan ekstrem merupakan tantangan global yang menjadi fokus utama dalam Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya Tujuan 1 yang menargetkan penghapusan kemiskinan ekstrem di seluruh dunia pada tahun 2030. Di Indonesia, kemiskinan ekstrem masih terkonsentrasi di wilayah pedesaan dengan karakteristik ketergantungan pada sektor pertanian primer, rendahnya nilai tambah produk, dan keterbatasan akses terhadap pasar serta permodalan. Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT)

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

merupakan salah satu provinsi dengan tingkat kemiskinan ekstrem yang masih tinggi, termasuk di Kabupaten Kupang.

Desa Kuanheun yang terletak di Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur, memiliki potensi pertanian yang menjanjikan, terutama karena letak geografisnya yang berdekatan dengan Pelabuhan Tenau—pelabuhan utama di Kupang—sehingga membuka peluang pasar yang besar bagi produk olahan lokal. Potensi ini didukung oleh komoditas unggulan berupa kacang tanah yang telah menjadi hasil pertanian utama dan sumber pendapatan turun-temurun masyarakat, khususnya para petani. Namun, tingkat pendapatan yang diperoleh masih berada di bawah garis kemiskinan karena nilai tambah yang sangat rendah. Di tengah kondisi tersebut, Kelompok Tani dan PKK Desa Kuanheun sebagai mitra program pengabdian menunjukkan semangat dan antusiasme yang tinggi untuk mengembangkan potensi desa guna keluar dari jerat kemiskinan ekstrem.

Potensi besar kacang tanah di Desa Kuanheun belum dikelola secara optimal. Masyarakat masih terbiasa menjual hasil panen dalam bentuk bahan mentah (kacang tanah gelondong atau kupasan) dengan harga yang fluktuatif mengikuti mekanisme pasar. Ketika panen raya tiba, harga jual kacang tanah cenderung turun drastis sehingga keuntungan yang diperoleh petani menjadi sangat minim. Fenomena ini merupakan permasalahan klasik yang dialami oleh banyak daerah penghasil komoditas pertanian di Indonesia, di mana petani hanya menjadi penjual bahan baku tanpa memiliki kemampuan untuk mengolahnya menjadi produk bernilai tambah. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Tulle et al. (2024) di Kota Kupang yang menunjukkan bahwa pengolahan kacang tanah menjadi produk seperti kacang telur dan kacang bawang dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan penjualan bahan baku. Selain itu, Suaibah et al. (2019) menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan kacang tanah dapat menjadi strategi untuk meningkatkan nilai tambah komoditas dan pendapatan masyarakat. Limonu dan Kasim (2023) juga menunjukkan bahwa inovasi teknologi pengolahan kacang tanah melalui pelatihan diversifikasi produk dapat meningkatkan keterampilan masyarakat sekaligus membuka peluang peningkatan nilai ekonomi dan pendapatan petani.

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat Desa Kuanheun mencakup rendahnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah kacang tanah menjadi produk pangan yang beragam dan bernilai jual tinggi, keterbatasan wawasan mengenai pengemasan dan pelabelan produk, belum adanya sistem pencatatan keuangan usaha, serta minimnya akses terhadap strategi pemasaran yang efektif. Kondisi ini mengakibatkan potensi ekonomi kacang tanah belum mampu memberikan kontribusi optimal dalam pengurangan kemiskinan ekstrem dan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Susanti et al. (2024) menunjukkan bahwa optimalisasi potensi lokal yang disertai pemanfaatan teknologi digital dapat memperkuat pemberdayaan masyarakat desa dan meningkatkan peluang pengembangan usaha berbasis potensi daerah. Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal perlu dilakukan melalui peningkatan kapasitas, penguatan kelembagaan, dan pengembangan aktivitas ekonomi yang sesuai dengan sumber daya setempat. Rachman et al. (2022) menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis potensi lokal merupakan pendekatan yang dapat mengintegrasikan sumber daya lokal dengan peningkatan kapasitas masyarakat, sedangkan Hidayat dan Syahid (2019) menekankan pentingnya identifikasi potensi lokal dalam pengembangan kewirausahaan masyarakat.

Penguatan kelompok tani juga menjadi bagian penting dalam proses pemberdayaan karena kelompok dapat berfungsi sebagai ruang pembelajaran, kerja sama, dan pengembangan usaha bersama. Mutmainah dan Sumardjo (2015) menunjukkan bahwa

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

kepemimpinan dalam kelompok tani memiliki hubungan dengan proses pemberdayaan petani, sementara Desiana dan Aprianingsih (2017) menempatkan penguatan kelompok tani sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan pendapatan petani. Dalam konteks pengembangan UMKM pangan, digitalisasi pemasaran dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus memperkuat citra produk. Ratnadianti et al. (2020) menunjukkan bahwa strategi digital marketing pada UMKM makanan dapat diarahkan pada penguatan variasi produk, desain kemasan dan merek, pemilihan media promosi, serta penyediaan informasi produk yang menarik bagi konsumen. Islami et al. (2020) juga menunjukkan adanya keterkaitan antara digital marketing dan kinerja organisasi UMKM.

Kajian terhadap hasil penelitian dan pengabdian terdahulu menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan kacang tanah terbukti efektif dalam meningkatkan nilai tambah komoditas. Fauziyah & Hidayati (2016) dalam pengabdiannya pada Kelompok Tani Bina Makmur di Desa Serabi Barat, Kecamatan Modung, Kabupaten Bangkalan, menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan kacang tanah menjadi kue kacang bola coklat, kue kacang salju, dan selai kacang mampu meningkatkan nilai tambah komoditas tersebut. Kegiatan tersebut juga menekankan pentingnya desain kemasan yang menarik untuk meningkatkan pemasaran produk. Mustika et al. (2022) dalam pengabdian di Nagari Maninjau, Kabupaten Agam, melatih UMKM Dapur Mak Itam dalam diversifikasi pengolahan kacang tanah menjadi selai kacang, kiping kacang, dan bumbu pecel, menunjukkan bahwa pelatihan yang mencakup higiene sanitasi serta kemasan turut memberikan dampak positif terhadap kesiapan produk untuk dijual. Temuan Tulle et al. (2024) di Kota Kupang semakin memperkuat bahwa pengolahan kacang tanah menjadi produk pangan memberikan nilai tambah ekonomi bagi usaha rumah tangga. Suaibah et al. (2019) juga menunjukkan bahwa diversifikasi produk olahan kacang tanah dapat digunakan sebagai strategi peningkatan nilai tambah komoditas. Harini et al. (2023) pada UMKM Kue Basah di Desa Cikeas, Bogor, membuktikan bahwa pelatihan akuntansi sederhana yang disesuaikan dengan karakteristik usaha mampu memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan UMKM, dengan peningkatan sebesar 80% peserta dalam memahami penyusunan laporan keuangan sederhana.

Berdasarkan permasalahan dan kajian terdahulu, tujuan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah: (1) Meningkatkan keterampilan teknis mitra dalam diversifikasi olahan kacang tanah (bumbu pecel, peyek kacang, dan kacang telur) guna menunjang SDGs Tujuan 4 (Pendidikan Berkualitas) melalui pelatihan vokasi yang relevan; (2) Memperkuat kapasitas manajemen usaha mitra melalui pelatihan pembukuan, laporan keuangan sederhana, serta desain kemasan dan label produk yang menarik; (3) Meningkatkan kompetensi pemasaran mitra melalui strategi pemasaran digital dan pemasaran langsung di kawasan Pelabuhan Tenau untuk mendorong pertumbuhan usaha mikro, yang selaras dengan SDGs Tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi); dan (4) Mendorong terbentuknya jiwa kewirausahaan dan kemandirian ekonomi masyarakat sebagai upaya nyata pengurangan kemiskinan ekstrem, sejalan dengan SDGs Tujuan 1 (Tanpa Kemiskinan).

Kebaruan (*novelty*) dari kegiatan pengabdian ini terletak pada pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital secara terpadu dalam satu program yang dirancang khusus untuk masyarakat dengan karakteristik kemiskinan ekstrem di wilayah pesisir dengan potensi pasar strategis. Berbeda dengan pengabdian sebelumnya yang umumnya berfokus pada satu aspek saja, program ini mengadopsi model hulu-hilir yang mencakup seluruh rantai nilai produk olahan kacang tanah, mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, pengemasan, pembukuan, hingga pemasaran digital. Selain itu, program ini secara eksplisit mengaitkan setiap tahapan kegiatan

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

dengan pencapaian target SDGs yang relevan, sehingga memberikan kerangka kerja yang lebih terukur dan berorientasi pada pembangunan berkelanjutan.

Program PKM di Desa Kuanheun secara langsung mendukung pencapaian beberapa tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya SDGs Tujuan 1, 4, dan 8. SDGs Tujuan 1 (Tanpa Kemiskinan) didukung melalui peningkatan pendapatan rumah tangga petani dan penciptaan peluang usaha yang dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga petani. Melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan Kelompok Tani dan PKK Desa Kuanheun sebagai mitra sasaran, program ini tidak hanya berhenti pada tataran konseptual, tetapi diwujudkan dalam serangkaian kegiatan pelatihan, praktik produksi, pendampingan, dan monitoring yang terukur.

Metode Pengabdian

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kuanheun, Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur, selama enam bulan dari Juli hingga Desember 2026. Sasaran kegiatan adalah Kelompok Tani dan PKK Desa Kuanheun sebagai mitra sasaran, dengan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi NTT sebagai mitra kolaborator. Metode pelaksanaan disusun secara sistematis melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan.

Tahapan awal adalah tahap persiapan dengan tim pengabdi yang melakukan koordinasi intensif dengan mitra untuk mematangkan jadwal kegiatan, menyepakati tempat pelatihan, serta mengidentifikasi kebutuhan bahan dan peralatan. Tim menyusun modul pelatihan yang mencakup teori dan praktik pengolahan kacang tanah menjadi bumbu pecel, peyek kacang, dan kacang telur. Modul disusun dalam bahasa sederhana dan mudah dipahami disertai gambar ilustrasi. Selain itu, tim menyiapkan alat dan bahan yang diperlukan untuk pelatihan, termasuk kompor, wajan, blender, timbangan, kemasan, serta bahan baku kacang tanah berkualitas.

Tahap selanjutnya adalah tahapan pelatihan produksi yang ditandai dengan pelaksanaan pelatihan diversifikasi produk olahan kacang. Pelatihan ini mencakup penyampaian materi teori tentang pentingnya diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah, prinsip keamanan pangan dan higienitas dalam produksi, serta pengenalan karakteristik ketiga produk. Mitra juga diberikan pemahaman tentang cara memilih bahan baku kacang tanah yang berkualitas. Kemudian, dilanjutkan dengan praktik pembuatan bumbu pecel dan peyek kacang. Tim mendemonstrasikan proses produksi mulai dari persiapan bahan, penyangraian kacang, penghalusan bumbu, pencampuran adonan, hingga penggorengan. Mitra secara bergantian mempraktikkan langsung dengan didampingi tim. Selanjutnya, dilakukan praktik pembuatan kacang telur dan review seluruh materi. Mitra mempraktikkan proses pembuatan kacang telur mulai dari sangrai, penggilingan, pencampuran dengan bahan lain hingga pemasakan. Di akhir sesi, dilakukan evaluasi hasil produksi dan diskusi tentang kendala yang dihadapi.

Kemudian, dilaksanakan tahap pelatihan manajemen usaha yang diawali penyampaian materi tentang pentingnya pemisahan keuangan usaha dan keuangan pribadi, pengenalan buku kas sederhana, serta teknik pencatatan transaksi harian. Mitra diberikan contoh format buku kas yang mudah diisi. Mitra juga belajar menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk, menghitung Harga Pokok Produksi (HPP), serta memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Pelatihan juga mencakup praktik desain label menggunakan aplikasi Canva. Tahap pendampingan dan monitoring dilaksanakan dengan

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

melakukan pendampingan intensif dua minggu sekali untuk memastikan mitra dapat memproduksi secara mandiri, konsisten dalam rasa, serta mengelola akun media sosial dan pembukuan sederhana. Pendekatan pendampingan ini mengadopsi model Mustika et al. (2022) yang menekankan bahwa produk olahan yang sudah jadi harus langsung dikemas dalam kemasan yang sesuai dan diberi label menarik sehingga produk benar-benar siap untuk dijual.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Kondisi Awal Mitra

Sebelum pelaksanaan program, kondisi mitra di Desa Kuanheun menunjukkan beberapa permasalahan utama yang menjadi penghambat upaya pengurangan kemiskinan ekstrem. Dari aspek produksi, masyarakat hanya mengolah kacang tanah untuk konsumsi rumah tangga secara sederhana seperti kacang rebus atau kacang goreng, tanpa pernah mempertimbangkan potensi pengembangan menjadi produk yang lebih bervariasi dan bernilai jual tinggi. Keterampilan teknis dalam mengolah kacang tanah menjadi produk seperti bumbu pecel, peyek kacang, dan kacang telur sama sekali belum dimiliki oleh mitra. Selain itu, mitra juga belum memahami prinsip-prinsip produksi pangan yang higienis dan aman konsumsi, termasuk pengetahuan tentang sanitasi, pemilihan bahan baku berkualitas, teknik pengemasan yang tepat, serta cara memperpanjang masa simpan produk.

Dari aspek manajemen usaha, mitra sama sekali belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang baik. Selama ini, jika ada kegiatan usaha rumah, tidak ada pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga. Mitra tidak mengetahui secara pasti berapa modal yang dikeluarkan, berapa keuntungan yang diperoleh, dan apakah usaha yang dijalankan benar-benar menguntungkan atau justru merugi. Dalam hal pencatatan biaya produksi dan penentuan harga pokok produksi (HPP), mitra masih melakukannya secara intuitif tanpa perhitungan yang akurat. Akibatnya, penetapan harga jual seringkali tidak tepat, terlalu rendah sehingga tidak memberikan keuntungan yang layak, atau terlalu tinggi sehingga tidak kompetitif di pasar. Peningkatan kemampuan pencatatan keuangan merupakan bagian penting dalam penguatan kapasitas UMKM karena dapat membantu pelaku usaha mengetahui kondisi keuangan dan hasil usahanya. Kewo et al. (2023) menunjukkan bahwa kegiatan literasi keuangan dan pelatihan penyusunan laporan keuangan dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pengelolaan keuangan, sedangkan Muttaqien et al. (2022) menegaskan pentingnya pembukuan sederhana bagi UMKM sebagai dasar pengelolaan usaha.

Dari aspek pemasaran, permasalahan yang dihadapi mitra sangat kompleks. Kemasan produk masih sangat sederhana dan tidak menarik, umumnya menggunakan plastik biasa tanpa label yang informatif. Aspek kemasan juga merupakan bagian penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing produk pangan. Wijanarko et al. (2022) menunjukkan bahwa kombinasi branding kemasan dan digital marketing dapat membantu pengembangan UMKM pangan, sedangkan Wati et al. (2019) menunjukkan bahwa diversifikasi produk yang disertai inovasi kemasan dan perluasan pemasaran dapat meningkatkan peluang pengembangan usaha kelompok tani. Selain itu, mitra juga belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam strategi pemasaran modern, termasuk pemasaran digital. Di era digital saat ini, pasar tidak lagi terbatas pada geografis lokal, tetapi telah meluas ke ranah online. Media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan *platform e-commerce* membuka peluang pasar yang sangat luas. Namun, mitra di Desa Kuanheun belum memahami cara memanfaatkan *platform-platform* tersebut untuk

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

mempromosikan dan menjual produk. Mereka juga belum memiliki keterampilan dalam fotografi produk, pembuatan konten promosi yang menarik, serta strategi membangun jaringan pemasaran.

Meskipun demikian, mitra memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Potensi tersebut meliputi: (1) ketersediaan bahan baku kacang tanah yang melimpah dan berkualitas; (2) letak geografis Desa Kuanheun yang strategis, berdekatan dengan Pelabuhan Tenau yang merupakan pintu gerbang utama Kupang; (3) semangat dan antusiasme kelompok tani dan PKK yang tinggi untuk mengembangkan potensi desa; (4) dukungan kebijakan pemerintah daerah melalui Program *One Village One Product* (OVOP) dan Dasa Cita I; serta (5) potensi pasar yang luas, baik dari masyarakat lokal, wisatawan, maupun pelancong yang melintasi Pelabuhan Tenau. Analisis kebutuhan mitra menghasilkan prioritas intervensi yang harus dilakukan, yaitu: (1) pelatihan dan pendampingan teknologi diversifikasi produk olahan kacang tanah; (2) pelatihan desain kemasan dan label produk yang menarik; (3) pelatihan pembukuan dan laporan keuangan sederhana; serta (4) pelatihan teknik pemasaran dan pemanfaatan *platform* digital.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Kuanheun berjalan sesuai dengan tahapan yang direncanakan pada proposal. Tahap awal adalah tahap persiapan yang dilakukan oleh tim dengan melakukan koordinasi intensif dengan mitra untuk mematangkan jadwal kegiatan, menyepakati tempat pelatihan, serta mengidentifikasi kebutuhan bahan dan peralatan. Tim juga menyusun modul pelatihan dan menyiapkan alat serta bahan praktik, termasuk kompor, wajan, blender, timbangan, dan bahan baku kacang tanah berkualitas. Tahap persiapan ini sejalan dengan praktik pengabdian Fauziyah & Hidayati (2016) yang menekankan pentingnya identifikasi kebutuhan dan persiapan matang sebelum pelatihan inti dilaksanakan, sehingga kegiatan dapat berjalan efektif dan tepat sasaran.



Gambar 1. Diversifikasi Produk Olahan Kacang Tanah

Tahap selanjutnya adalah tahap pelatihan inti produksi yang dilaksanakan dengan metode teori dan praktik. Narasumber pertama, Ibu Miswati, menyampaikan materi mengenai pembuatan bumbu pecel, peyek kacang, dan kacang telur. Peserta diajarkan mulai dari pemilihan bahan baku, prinsip keamanan pangan dan higienitas, formulasi resep standar, hingga praktik produksi massal skala rumah tangga. Dokumentasi kegiatan menunjukkan antusiasme peserta dalam praktik pembuatan peyek kacang dan bumbu pecel. Hasil pelatihan ini konsisten dengan temuan Mustika et al. (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan diversifikasi pengolahan kacang tanah menjadi produk seperti selai kacang, kiping kacang, dan bumbu pecel berhasil meningkatkan keterampilan mitra, terutama ketika pelatihan mencakup aspek higiene sanitasi dan pengemasan. Produk olahan yang dihasilkan langsung

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

dikemas dalam kemasan yang sesuai dan diberi label menarik sehingga siap dijual. Selain itu, Fauziyah & Hidayati (2016) juga membuktikan bahwa diversifikasi produk olahan kacang tanah menjadi kue kacang bola coklat, kue kacang salju, dan selai kacang mampu meningkatkan nilai tambah komoditas tersebut pada Kelompok Tani Bina Makmur, Desa Serabi Barat. Pendekatan komprehensif dari hulu (produksi) hingga hilir (pemasaran) yang diterapkan di Desa Kuanheun mengadopsi prinsip yang sama dengan kegiatan pengabdian tersebut.

Kemudian, dilaksanakan tahap pelatihan manajemen usaha dan pemasaran dengan narasumber kedua, Ibu Herlina Helmy Klau, S.E., M.Si., yang membawakan materi tentang manajemen usaha, desain kemasan dan label, serta strategi pemasaran digital. Peserta dilatih untuk memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga, menghitung Harga Pokok Produksi (HPP), serta memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce*. Pelatihan juga mencakup praktik desain label menggunakan aplikasi Canva. Keberhasilan pelatihan pembukuan ini sejalan dengan hasil pengabdian Harini et al. (2023) pada UMKM Kue Basah di Desa Cikeas, Bogor, yang menunjukkan peningkatan sebesar 80% peserta dalam memahami penyusunan laporan keuangan sederhana serta menyadari pentingnya memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Capaian tersebut menjadi target minimal yang berhasil diraih dalam program PKM di Desa Kuanheun. Sementara itu, untuk aspek pemasaran digital, pelatihan yang diberikan merujuk pada praktik optimalisasi pemasaran digital UMKM Narendra Food oleh FTP Universitas Brawijaya (2025), yang menekankan pentingnya pemanfaatan media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar produk lokal. Hal ini relevan dengan kondisi mitra di Desa Kuanheun yang memiliki potensi pasar strategis di kawasan Pelabuhan Tenau. Pendekatan integratif antara diversifikasi produk dan pemasaran juga sejalan dengan Krisnanda et al. (2026) yang menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan pemasaran dan diversifikasi produk dapat memperkuat daya saing kelompok petani. Dengan demikian, pelatihan di Desa Kuanheun tidak hanya diarahkan pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga pada kemampuan mengembangkan dan memasarkannya secara berkelanjutan.

Partisipasi masyarakat dalam kegiatan ini sangat tinggi. Mitra sasaran yaitu Kelompok Tani dan PKK Desa Kuanheun, memberikan kontribusi in-kind yang sangat menunjang kelancaran pelaksanaan kegiatan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Hardja et al. (2025) yang menunjukkan pentingnya kelompok tani dalam aktivitas ekonomi petani dan keterkaitannya dengan penerimaan serta pendapatan usaha tani. Temuan tersebut memperkuat pentingnya pendekatan kelompok dalam kegiatan pemberdayaan di Desa Kuanheun karena pengembangan produk tidak hanya membutuhkan keterampilan individu tetapi juga koordinasi, kerja sama, dan pengelolaan usaha secara kolektif. Kemudian, mitra kolaborator yaitu Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi NTT, memberikan kontribusi in-kind berupa arahan kebijakan agar kegiatan PKM selaras dengan Program *One Village One Product* (OVOP) dan Dasa Cita I, serta dukungan pengembangan jejaring pemasaran produk OVOP Desa Kuanheun.

Hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan meliputi keterbatasan peralatan produksi skala besar seperti spinner peniris minyak dan alat pengemas vakum, yang menjadi tantangan dalam meningkatkan kapasitas produksi dan daya tahan simpan produk. Selain itu, fluktuasi harga kacang tanah di pasar lokal serta keterbatasan akses mitra terhadap lembaga keuangan formal untuk permodalan usaha juga menjadi hambatan dalam pengembangan usaha jangka panjang. Untuk mengatasi kendala tersebut, tim PKM telah memberikan solusi

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

berupa pelatihan penggunaan alat sederhana yang tersedia di pasaran dan menghubungkan mitra dengan dinas terkait untuk akses permodalan.

Dampak Kegiatan

Tabel 1. Matriks Evaluasi *Pre-Test* dan *Post-Test* Tingkat Pengetahuan Mitra

Indikator / Materi	Nilai Rata-rata Pre-Test (%)	Nilai Rata-rata Post-Test (%)	Peningkatan (N-Gain) (%)
Prinsip diversifikasi produk olahan kacang tanah	20	85	65
Pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga	15	80	65
Pemasaran digital	10	75	65
Rata-rata Keseluruhan	**15**	**80**	**65**

Dilihat dari aspek perubahan pengetahuan, terdapat peningkatan pemahaman mitra mengenai diversifikasi produk, manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Sebelum pelatihan, hanya sekitar 20% peserta yang memahami prinsip-prinsip diversifikasi produk olahan kacang tanah; setelah pelatihan, angka tersebut meningkat menjadi 85%. Pemahaman tentang pentingnya pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga meningkat dari 15% menjadi 80%. Pemahaman tentang pemasaran digital meningkat dari 10% menjadi 75%. Data ini menunjukkan efektivitas metode pelatihan yang digunakan dalam meningkatkan pengetahuan mitra.

Kemudian, dari segi perubahan keterampilan, mitra telah mampu memproduksi tiga varian produk olahan kacang tanah yaitu Bumbu Pecel, Peyek Kacang, dan Kacang Telur secara mandiri. Produk-produk tersebut dikemas dalam standing pouch dengan label menarik dan telah memiliki standar resep serta kemasan yang siap dipasarkan. Mitra juga telah mampu membuat desain label produk secara mandiri menggunakan Canva. Dalam aspek manajemen usaha, mitra telah memiliki buku kas harian dan format laporan keuangan sederhana, serta terdapat pemisahan yang jelas antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga. Mitra juga telah mampu menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan menentukan harga jual yang tepat. Dalam aspek pemasaran digital, mitra mulai memasarkan produk secara online, dan produk juga mulai dipasarkan secara offline di kawasan Pelabuhan Tenau.

Dilihat dari aspek perubahan perilaku, terdapat perubahan yang signifikan pada mitra setelah mengikuti program. Mitra yang sebelumnya menjual kacang tanah dalam bentuk bahan mentah, kini mulai mengolahnya menjadi produk bernilai tambah. Mitra juga mulai terbiasa mencatat setiap transaksi keuangan usaha dan memisahkannya dari keuangan rumah tangga. Dalam hal pemasaran, mitra mulai aktif mempromosikan produk melalui media sosial yang dimiliki, serta mulai membangun jaringan dengan pedagang di Pelabuhan Tenau. Hal ini tentunya memberikan dampak ekonomi yang bisa dirasakan langsung oleh mitra. Produk olahan yang dihasilkan tidak hanya meningkatkan nilai tambah komoditas kacang tanah, tetapi juga berpotensi meningkatkan pendapatan rumah tangga petani. Dengan mengolah kacang tanah menjadi bumbu pecel, peyek kacang, dan kacang telur, nilai jual produk meningkat signifikan dibandingkan menjual bahan mentah. Misalnya, kacang tanah mentah dengan harga Rp40.000 per kilogram dapat diolah menjadi peyek kacang yang menghasilkan nilai jual hingga Rp75.000 per kilogram. Peningkatan nilai tambah ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan rumah tangga mitra.

Copyright © 2026, The Author(s)

Jurnal Pengabdian UNDIKMA:
Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/jpu/index
Email: pengabdian@undikma.ac.id

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

Selanjutnya, jika dilihat dari aspek dampak sosial maka kegiatan ini telah meningkatkan kapasitas sumber daya manusia mitra, khususnya dalam hal keterampilan teknis produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Program ini juga telah memperkuat kohesi sosial diantara anggota kelompok tani dan PKK karena mereka bekerja sama dalam produksi dan pemasaran kolektif. Selain itu, keterlibatan perempuan dalam kegiatan ini, terutama dari kelompok PKK, telah memberdayakan mereka secara ekonomi dan meningkatkan peran mereka dalam pengambilan keputusan keluarga. Program pelatihan ini juga memberikan dampak langsung pada lingkungan sekitar desa. Pengolahan kacang tanah menjadi produk olahan yang tahan lama telah mengurangi limbah pangan karena produk yang tidak terjual dalam bentuk mentah dapat diolah menjadi produk yang memiliki masa simpan lebih panjang. Selain itu, penggunaan kemasan standing pouch dan pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan telah mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Kesimpulan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini telah menghasilkan diversifikasi produk olahan kacang tanah yaitu Bumbu Pecel, Peyek Kacang, dan Kacang Telur yang dikemas dalam standing pouch dengan label menarik. Mitra juga telah dilatih untuk membuat desain label produk secara mandiri menggunakan Canva. Pada sistem manajemen usaha, mitra telah memiliki buku kas harian dan format laporan keuangan sederhana, serta terdapat pemisahan yang jelas antara keuangan usaha dan rumah tangga. Pada pemasaran digital, mitra mulai memasarkan produk secara online dan offline di kawasan Pelabuhan Tenau.

Selanjutnya, dampak program terhadap masyarakat sangat positif, meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam diversifikasi produk, manajemen keuangan, dan pemasaran digital; peningkatan nilai tambah komoditas kacang tanah; serta potensi peningkatan pendapatan rumah tangga petani. Program ini juga telah memperkuat kohesi sosial dan memberdayakan perempuan melalui keterlibatan aktif kelompok PKK. Kontribusi program terhadap pencapaian SDGs juga sangat signifikan, khususnya pada Tujuan 1 (Tanpa Kemiskinan), Tujuan 4 (Pendidikan Berkualitas), dan Tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi). Program ini telah membuktikan bahwa pendekatan komprehensif dari hulu ke hilir yang melibatkan masyarakat secara partisipatif dapat menjadi model yang efektif dalam pengentasan kemiskinan ekstrem berbasis potensi lokal.

Saran

Rencana tahapan selanjutnya, tim PKM akan terus melakukan koordinasi dengan mitra dan pihak terkait untuk memastikan keberlanjutan program di lapangan. Bagi mitra Kelompok Tani dan PKK Desa Kuanheun, disarankan untuk segera membentuk Kelompok Usaha Bersama (KUB) sebagai wadah produksi dan pemasaran kolektif, melanjutkan disiplin pencatatan keuangan usaha secara mandiri, serta mengaktifkan pemasaran digital dan menjalin komunikasi rutin dengan pedagang di Pelabuhan Tenau dan toko oleh-oleh. Bagi pemerintah desa dan dinas terkait, disarankan untuk memfasilitasi akses permodalan dan bantuan peralatan produksi skala besar, mengintegrasikan produk olahan kacang tanah ke dalam program OVOP dan Dasa Cita I, memfasilitasi sertifikasi produk (P-IRT), serta melakukan monitoring dan evaluasi berkala pasca-program. Sementara itu, bagi tim pengabdi selanjutnya, disarankan untuk melakukan pendampingan jarak jauh secara berkala, mereplikasi model pengabdian hulu-hilir pada wilayah lain yang memiliki karakteristik

Copyright © 2026, The Author(s)

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

serupa, menyelesaikan luaran publikasi artikel pada jurnal bereputasi Sinta 1–5, mengusulkan kegiatan menjadi program binaan resmi Universitas Nusa Cendana, serta menyusun proposal pendanaan lanjutan untuk memperluas dampak program secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana PKM mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Nusa Cendana atas dukungan institusional dan pendanaan, serta kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Nusa Cendana yang telah memfasilitasi dan mengoordinasikan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra sasaran, yaitu Kelompok Tani dan PKK Desa Kuanheun, atas partisipasi aktif dan kontribusi besarnya dalam seluruh rangkaian kegiatan; kepada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi NTT sebagai mitra kolaborator yang telah memberikan arahan kebijakan dan dukungan pengembangan jejaring pemasaran; serta kepada Kepala Desa Kuanheun dan seluruh perangkat desa yang telah membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan. Akhirnya, terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas kontribusinya dalam pelaksanaan dan keberhasilan program PKM ini.

Daftar Pustaka

Desiana, N., & Aprianingsih, A. (2017). Improving income through farmers' group empowerment strategy. *The Asian Journal of Technology Management*, 10(1), 41–47. https://doi.org/10.12695/ajtm.2017.10.1.5

Fauziyah, E., & Hidayati, D. R. (2016). Upaya pengembangan agroindustri kacang tanah melalui diversifikasi produk dan kemasan pada Kelompok Tani Bina Makmur di Desa Serabi Barat Kecamatan Modung Kabupaten Bangkalan. *Journal Trunojoyo,* 2(2), 1–12. https://journal.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/view/4358

FTP Universitas Brawijaya. (2025, 13 April). Optimalisasi pemasaran digital UMKM Narendra Food bersama mahasiswa FTP Universitas Brawijaya. https://tp.ub.ac.id/optimalisasi-pemasaran-digital-umkm-narendra-food-bersama-mahasiswa-ftp-universitas-brawijaya/#capaian-kinerja

Hardja, A. F. K. T., Harmini, & Muflikh, Y. N. (2025). The impact of farmer group membership on revenues, costs, and income generated from cayenne pepper farming in Indonesia. *Agrisocionomics*, 9(1), 148–159. https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v9i1.21885

Harini, S., Yuningsih, E., Sya'banniah, N. Y., Maharani, D., Nurjanah, S., Awaliah, K. N., & Putri, M. N. (2023). Pelatihan laporan keuangan sederhana pada UMKM Kue Basah Desa Cikeas Bogor. Andimas Ekodiksosiora – *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 5(2), 229–236. https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/ABDIMASSOSIORA/article/view/10405

Hidayat, D., & Syahid, A. (2019). Local potential development (local genius) in community empowerment. *Journal of Nonformal Education*, 5(1). https://doi.org/10.15294/jne.v5i1.18343

Islami, N. N., Wahyuni, S., & Tiara, T. (2020). The effect of digital marketing on organizational performance through intellectual capital and perceived quality in micro, small and medium enterprises. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 16(1), 59–70. https://doi.org/10.33830/jom.v16i1.718.2020

Kewo, C., Motoh, R., & Marunduh, A. P. (2023). Sosialisasi peningkatan literasi keuangan dan penyusunan laporan keuangan bagi pelaku UMKM Kelurahan Sagerat Kota

Vol. 7, No. 4 (November 2026)
E-ISSN : 2722-5097
Pg : 1620-1630

Bitung. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 2785–2790. https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6661

Limonu, M., & Kasim, R. (2023). Inovasi teknologi pangan olahan berbahan dasar kacang tanah di Desa Mokonowu Kecamatan Monano. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Pertanian*, 2(2), 247–253

Krisnanda, K., Widyastuti, W., & Nadia, L. P. (2026). Pelatihan manajemen pemasaran dan diversifikasi produk sebagai solusi peningkatan daya saing petani di tengah risiko gagal panen. *Jurnal Abdimas Madani dan Lestari*, 8(1), 41–50. https://doi.org/10.20885/jamali.vol8.iss1.art5

Mustika, S., Anggraini, E., Insan, R. R., & Faridah, A. (2022). Diversifikasi pengolahan kacang tanah di Nagari Maninjau Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam. LOGISTA - *Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 80–83. https://logista.fateta.unand.ac.id/index.php/logista/article/view/1155

Mutmainah, R., & Sumardjo. (2015). The leadership role of farmer groups and effectiveness of the farmers empowerment. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(3). https://doi.org/10.22500/sodality.v2i3.9425

Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022). Pembukuan sederhana bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671–680. https://doi.org/10.47679/ib.2022287

Rachman, D. R. N., Roziqin, A., & Salahudin. (2022). Community empowerment based on local potential: A systematic literature review. *DIA: Jurnal Administrasi Publik*, 20(1), 299–316. https://doi.org/10.30996/dia.v20i01.6472

Ratnadianti, A., Fahmi, I., & Hannan, S. (2020). Digital marketing strategy of small and medium enterprises for snack in Bogor City. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 17(1), 74. https://doi.org/10.17358/jma.17.1.74

Suaibah, L., Rahman, A., & Rakhmawati. (2019). Peningkatan nilai tambah kacang tanah di Desa Dlemer Kabupaten Bangkalan melalui diversifikasi produk olahan. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 5(2), 68–73. https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v5i2.6107

Susanti, R., et al. (2024). Optimalisasi potensi lokal dan digitalisasi UMKM dalam pemberdayaan masyarakat desa. *Journal of Human and Education, 4(5), 600–611.* https://doi.org/10.31004/jh.v4i5.1585

Tulle, N. P., Olviana, T., & Elvani, S. (2024). Analisis nilai tambah diversifikasi produk olahan kacang tanah di Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang. *Buletin Ilmiah IMPAS*, 25(2), 163–170. https://doi.org/10.35508/impas.v25i2.17485

Wati, R., Suresti, A., Indrayani, I., Sukma, A., & Susanty, H. (2019). Perbaikan manajemen produksi pasca panen dan pemasaran pada usaha peternakan sapi perah di Kota Padang Panjang. *Warta Pengabdian Andalas*, 26(1), 33–43. https://doi.org/10.25077/jwa.26.1.33-43.2019

Wijanarko, K. D., et al. (2022). Pemanfaatan digital marketing dan penerapan branding kemasan dalam pengembangan UMKM Kripik Tempe Saginah Desa Suwawal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Khaira Ummah*, 1(1), 89–94. https://doi.org/10.34001/khairaummah.01012022-13