

Inovasi Keripik Pisang Salut dengan Pendekatan Multistrategi untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi Komoditas Pisang

Muhammad Iqbal^{1*}, Faizal Makhrus²

¹Fakultas Geografi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

²Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

Diterima: 27 Agustus 2024; Direvisi: 13 November 2024; Disetujui: 29 November 2024

Abstract

This paper presents the development and implementation of a socio-entrepreneurial initiative focused on enhancing the economic value of banana products in Kalurahan Mertelu, Gedangsari District, through the production of Banana Chips (Keripik Pisang Salut). The initiative addresses the underutilization of the abundant banana harvests in the region, which are often sold at low prices or wasted. The program, executed in collaboration with the KKN-PPM UGM team, aimed to transform the local banana supply into value-added products by developing a new line of flavored banana chips. The methods involved data collection through observation and interviews with local stakeholders, followed by a series of training and mentoring sessions for local entrepreneurs. These sessions covered product development, business management, and digital marketing. The results showed a significant increase in product quality, market reach, and legal compliance among participating businesses. This paper concludes that the initiative successfully increased the economic value of the local banana industry while contributing to poverty alleviation and community empowerment in Mertelu.

Keywords: Salut Banana Chips; Social entrepreneurship; MSME empowerment; Agribusiness innovation

Abstrak

Makalah ini menyajikan pengembangan dan implementasi inisiatif *socio-entrepreneurship* yang berfokus pada peningkatan nilai ekonomi produk pisang di Kalurahan Mertelu, Kecamatan Gedangsari, melalui produksi Keripik Pisang Salut. Inisiatif ini menanggapi kurang optimalnya pemanfaatan panen pisang yang melimpah di wilayah tersebut, yang sering kali dijual dengan harga rendah atau dibuang. Program yang dilaksanakan bekerja sama dengan Tim KKN-PPM UGM ini bertujuan untuk mengubah pasokan pisang lokal menjadi produk bernilai tambah dengan mengembangkan varian baru keripik pisang berbalut rasa. Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan pemangku kepentingan lokal, diikuti oleh serangkaian sesi pelatihan dan pendampingan bagi pengusaha lokal. Sesi ini mencakup pengembangan produk, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas produk, jangkauan pasar, dan kepatuhan hukum di antara bisnis yang berpartisipasi. Makalah ini menyimpulkan bahwa inisiatif ini berhasil meningkatkan nilai ekonomi industri pisang lokal sambil berkontribusi pada pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat di Mertelu.

Kata kunci: Keripik Pisang Salut; Kewirausahaan sosial; Pemberdayaan UMKM; Inovasi agribisnis

1. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara agraris dengan sumber daya alam yang melimpah, memiliki potensi besar dalam pengembangan produk lokal yang dapat memberikan nilai tambah bagi perekonomian, terutama di daerah pedesaan. Salah satu produk lokal yang memiliki potensi besar adalah komoditas pisang, yang tersebar luas di berbagai daerah, termasuk di Kalurahan Mertelu Kecamatan Gedangsari, Kabupaten Gunungkidul. Desa Mertelu, Kecamatan Gedangsari, Kabupaten Gunungkidul, memiliki potensi alam yang melimpah, terutama komoditas pisang (BPS Gunung Kidul, 2022). Produksi pisang di daerah ini sangat signifikan, dengan angka panen mencapai 1 ton

ISSN 3025-633X (print), ISSN 3025-6747 (online)

*Penulis korespondensi: Muhammad Iqbal

Fakultas Geografi, Universitas Gadjah Mada, Jl. Kaliurang, Sekip Utara, Bulaksumur, Yogyakarta, Indonesia, 55281

Email: muhammadiqbalpandega@mail.ugm.ac.id

Copyright © 2024 Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, dan Teknologi Tepat Guna (Jurnal Parikesit)
This work is distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

per hari. Namun, ironi terjadi ketika potensi besar ini belum dikelola secara optimal, yang menyebabkan pisang seringkali hanya dijual dalam bentuk mentah dengan harga yang rendah, atau bahkan dibuang begitu saja sebagai limbah jika tidak terjual. Potensi ini seharusnya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, terutama dengan mengembangkan produk olahan pisang yang memiliki nilai tambah lebih tinggi (Sedyastuti, 2018).

Sebagai bagian dari upaya peningkatan nilai tambah produk lokal, pengembangan produk inovatif seperti keripik pisang dapat menjadi solusi yang tepat. Keripik Pisang Salut merupakan salah satu inovasi yang berupaya mengubah pisang mentah menjadi produk bernilai tinggi. Dengan balutan pasta dan berbagai varian rasa seperti cokelat, *green tea*, dan *red velvet*, keripik ini tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi pisang tetapi juga memperkenalkan cita rasa baru yang menarik bagi konsumen. Produk ini diambil langsung dari Desa Mertelu, yang kaya akan produksi pisang, sehingga mengintegrasikan nilai-nilai kearifan lokal dengan inovasi modern dalam satu produk (Darmansah, dkk., 2016).

Produk ini tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan ekonomi semata, tetapi juga membawa misi sosial dalam bentuk *socio-entrepreneurship*. Usaha ini tidak hanya memanfaatkan hasil panen pisang dari petani lokal, tetapi juga berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menyerap tenaga kerja lokal dan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Skema transfer manfaat yang dirancang oleh usaha ini mencakup pemberian harga beli pisang yang lebih tinggi dari harga pasar kepada petani, serta membuka peluang kerja bagi masyarakat setempat dalam proses produksi dan distribusi keripik pisang.

Pengembangan produk olahan pisang ini menjadi semakin relevan dalam konteks paska pandemi COVID-19, di mana banyak sektor ekonomi, termasuk pertanian dan UMKM, mengalami penurunan drastis dalam pendapatan. Menurut data, sekitar 163.713 UMKM terdampak pandemi, dan banyak di antaranya mengalami kesulitan dalam mempertahankan bisnis mereka (Thaha, 2020). Dalam situasi ini, inovasi produk dan peningkatan kualitas menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang. Pemasaran yang efektif melalui *platform* digital juga menjadi elemen penting dalam mendukung keberlanjutan usaha di era digital ini (Ahdiat, 2022).

Desa Mertelu dan Kecamatan Gedangsari secara umum, meskipun secara geografis terletak di daerah yang relatif terpencil, memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui strategi pemberdayaan yang tepat. Pemberdayaan masyarakat harus dilakukan melalui tiga jalur utama yakni menciptakan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*), menguatkan potensi dan daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*), serta memberikan perlindungan (*protecting*) (Sumodiningrat, 1999). Konsep pemberdayaan ini sangat relevan dalam konteks Desa Mertelu, di mana masyarakat membutuhkan dukungan untuk mengembangkan potensi lokal yang mereka miliki.

Dalam pelaksanaannya, program pengembangan UMKM di Kalurahan Mertelu turut didukung oleh kegiatan Kuliah Kerja Nyata Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Universitas Gadjah Mada (KKN PPM UGM) 2022-YO 104. Program yang dikembangkan bertujuan untuk potensi dan peluang optimalisasi UMKM pisang di Kalurahan Mertelu melalui serangkaian langkah, mulai dari pendataan, pendaftaran izin usaha, hingga meningkatkan kualitas produk melalui sertifikasi dan pengembangan-pengembangan lain dalam hal *packaging*, *branding*, serta *digital marketing*. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas usaha dan produk mereka, mengakses pasar yang lebih luas, lebih siap dalam persaingan pasar, dan pada akhirnya akan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1. Pengambilan data

Pengumpulan data adalah langkah awal yang sangat penting dalam proses pengembangan UMKM di Kecamatan Gedangsari, khususnya terkait potensi produk Keripik Pisang Salut. Untuk memastikan keberhasilan program, identifikasi potensi, tantangan, serta peluang yang ada dilakukan melalui pendekatan ilmiah yang terstruktur. Metode yang digunakan mencakup teknik observasi, wawancara mendalam, dan analisis data, dengan fokus pada aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi yang memengaruhi UMKM di wilayah ini.

Teknik pengumpulan data:

1. Observasi dilakukan dengan mengacu pada kerangka *participant observation* (Spradley, 1980) untuk memahami dinamika dan kondisi lapangan secara langsung. Tim KKN-PPM UGM mengamati proses produksi, pemasaran, dan interaksi antar pelaku UMKM selama periode program.
2. Wawancara dilakukan dengan teknik *purposive sampling* untuk memilih responden yang relevan, seperti pemangku kepentingan (pemerintah desa, tokoh masyarakat), pelaku UMKM, dan Kelompok Wanita Tani (KWT). Wawancara ini mengikuti panduan semi-terstruktur untuk mengeksplorasi masalah utama yang dihadapi, seperti tantangan legalitas usaha dan strategi pemasaran.
3. Instrumen penelitian, seperti pedoman wawancara dan kuesioner, disusun berdasarkan kerangka analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang dikembangkan oleh Gurel & Tat (2017). Instrumen ini mencakup seperti yang terlihat pada **Tabel 1**.

Tabel 1. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Kategori	Faktor
Kekuatan	Bahan baku melimpah Keterlibatan aktif masyarakat
Kelemahan	Rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM
Peluang	Adopsi teknologi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar
Ancaman	Persaingan dengan produk komoditas sejenis dari wilayah lain

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Gedangsari. Data kualitatif dari wawancara dan observasi diolah menggunakan metode tematik untuk memetakan faktor internal dan eksternal. Temuan ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan, seperti inovasi produk dan pemasaran digital.

Pendekatan ini mengacu pada model pemberdayaan berbasis komunitas (Sumodiningrat, 1999), yang menekankan pentingnya mengintegrasikan aspek sosial dan ekonomi dalam program pemberdayaan masyarakat. Selain itu, kerangka SWOT terbukti efektif dalam mengarahkan strategi UMKM di berbagai konteks, sebagaimana diuraikan oleh Wulandari, dkk. (2023), yang menemukan bahwa analisis ini membantu UMKM memprioritaskan intervensi yang relevan dan berkelanjutan.

2.2. Waktu dan durasi

Pelaksanaan program pengembangan UMKM di Kecamatan Gedangsari berlangsung selama 50 hari, dari 18 Desember 2022-4 Februari 2023, dengan Kode P4 2022-YO104. Durasi ini terbagi menjadi beberapa tahap, dengan masing-masing tahap memiliki fokus kegiatan yang berbeda. Pada dua minggu pertama, kegiatan berpusat pada observasi dan pendataan UMKM di Desa Mertelu dan sekitarnya. Tahap ini melibatkan pemetaan potensi ekonomi lokal, mengidentifikasi pelaku usaha yang potensial untuk dilibatkan dalam program, serta menggali informasi mendalam tentang

produk unggulan seperti Keripik Pisang Salut. Hasil dari tahap ini digunakan untuk menyusun program yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal.

Selama minggu ketiga hingga minggu ketujuh, fokus kegiatan bergeser pada sosialisasi dan pendampingan pelaku usaha. Pada tahap ini, berbagai kegiatan pelatihan dan *workshop* diadakan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam bidang produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Selain itu, Tim KKN-PPM UGM juga membantu pelaku usaha dalam proses legalisasi usaha, seperti pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, serta desain dan produksi kemasan produk yang menarik dan sesuai standar pasar (Mahdi, 2022). Tahap akhir dari kegiatan ini adalah penyusunan *booklet* sebagai salah satu output program. *Booklet* ini berisi panduan praktis tentang cara mengelola usaha Keripik Pisang Salut, mulai dari proses produksi, strategi pemasaran, hingga manajemen keuangan. *Booklet* ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha di Kecamatan Gedangsari dalam mengembangkan usahanya secara mandiri setelah program KKN-PPM UGM berakhir.

2.3. Sosialisasi dan pendampingan

Sosialisasi adalah proses penting dalam pengembangan UMKM, di mana pengetahuan dan keterampilan baru ditransfer kepada pelaku usaha. Dalam konteks ini, sosialisasi bertujuan untuk membuka wawasan para pelaku UMKM di Kecamatan Gedangsari tentang pentingnya pengembangan usaha, khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi pasca-pandemi. Sosialisasi ini mencakup berbagai aspek penting dalam pengelolaan UMKM, seperti legalitas usaha, sertifikasi produk, *branding*, *packaging*, pemasaran digital, dan pembukuan keuangan (Wulandari, dkk., 2023).

Selama pelaksanaan sosialisasi, tema "UMKM berdikari Membangun Negeri" diangkat sebagai cerminan dari pentingnya peran UMKM dalam perekonomian nasional. Tema ini dipilih karena UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, dengan kontribusi yang signifikan dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan GDP nasional. Dalam sosialisasi ini, para pelaku usaha diberikan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal, termasuk teknik *branding* dan *packaging* yang dapat meningkatkan daya saing produk Keripik Pisang Salut di pasar.

Selain sosialisasi, pendampingan intensif juga dilakukan oleh Tim KKN-PPM UGM. Pendampingan ini melibatkan bantuan langsung dalam proses legalisasi usaha, seperti pembuatan NIB dan sertifikasi halal. Selain itu, Tim KKN juga memberikan bantuan dalam desain kemasan produk yang tidak hanya menarik tetapi juga mampu menjaga kualitas produk hingga sampai ke tangan konsumen. Pendampingan ini sangat penting karena banyak pelaku UMKM di Kecamatan Gedangsari yang masih belum familiar dengan penggunaan teknologi digital untuk pemasaran. Oleh karena itu, Tim KKN-PPM UGM juga memberikan pelatihan tentang pemasaran digital melalui *e-commerce*, sehingga pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka (Katadata, 2022).

Dalam konteks pengembangan Keripik Pisang Salut, pendampingan ini juga mencakup aspek produksi, di mana pelaku usaha diajarkan cara meningkatkan efisiensi produksi tanpa mengorbankan kualitas. Tim KKN-PPM UGM bekerja sama Kelompok Wanita Tani (KWT) setempat. Pendampingan ini juga mencakup inovasi produk, di mana pelaku usaha didorong untuk mengembangkan varian rasa baru yang sesuai dengan tren pasar, seperti coklat, *green tea*, dan *red velvet* (Wulandari, dkk., 2023). Pendampingan yang dilakukan tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga mencakup aspek manajemen usaha, seperti pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran. Pelaku usaha diberikan pelatihan tentang cara menyusun laporan keuangan sederhana, menghitung biaya produksi, serta menentukan harga jual yang kompetitif. Tim KKN-PPM UGM juga membantu pelaku usaha dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan *platform e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

2.4. Evaluasi dan monitoring

Setelah pelaksanaan program sosialisasi dan pendampingan, tahap berikutnya adalah evaluasi dan monitoring. Evaluasi bertujuan mengukur sejauh mana tujuan program tercapai serta mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Survei dan wawancara mendalam dilakukan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelaku usaha terhadap pendampingan yang diberikan dan dampaknya pada perkembangan usaha mereka. Hasil evaluasi ini tidak hanya mendokumentasikan pencapaian program tetapi juga menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi bagi pengembangan UMKM di masa depan.

Monitoring dilakukan secara berkelanjutan melalui kunjungan berkala oleh Tim KKN-PPM UGM ke lokasi usaha pelaku UMKM. Selama kunjungan ini, Tim KKN menilai perkembangan usaha dalam beberapa aspek utama, termasuk peningkatan produksi, volume penjualan, penerapan teknologi digital untuk pemasaran, serta manajemen keuangan. Monitoring ini juga mengidentifikasi kemampuan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh, seperti peningkatan efisiensi proses produksi, inovasi dalam desain kemasan, dan penerapan strategi pemasaran berbasis digital.

Hasil monitoring menunjukkan bahwa Program Keripik Pisang Salut berhasil memberikan dampak yang berkelanjutan, bahkan dua tahun setelah program KKN berakhir. Hal ini berbeda dari program KKN pada umumnya yang cenderung kehilangan dampak langsung setelah masa pelaksanaan selesai (Darmansah, dkk., 2016; Wulandari, dkk., 2023). Keberlanjutan ini tercermin dari peningkatan volume penjualan produk hingga 35% dalam dua tahun dan konsistensi pelaku usaha dalam menggunakan *platform e-commerce* untuk memperluas pasar. Salah satu faktor yang mendukung keberlanjutan ini adalah pendekatan multistrategi yang diterapkan, meliputi penguatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan intensif, pendampingan legalitas usaha, serta penerapan sistem monitoring yang sistematis.

Konsep keberlanjutan ini memperkuat temuan dari Thaha (2020), yang menekankan bahwa pemberdayaan UMKM yang berbasis inovasi produk dan pemasaran digital memiliki peluang lebih besar untuk bertahan di tengah dinamika pasar. Selain itu, hasil ini juga mendukung penelitian Pratiwi, dkk. (2023), yang menggarisbawahi pentingnya pelatihan berkelanjutan dalam menciptakan usaha mikro yang adaptif terhadap teknologi digital. Program ini menjadi model sukses pemberdayaan UMKM dengan pendekatan keberlanjutan, yang dapat direplikasi di wilayah lain untuk mengatasi tantangan serupa.

Keberlanjutan program juga ditunjang oleh keberhasilan pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk melalui inovasi rasa baru dan strategi pemasaran kreatif yang tetap relevan dengan tren pasar. Hal ini tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga memperkuat daya saing produk lokal di tingkat nasional. Dengan pendekatan ini, Program Keripik Pisang Salut membuktikan bahwa inisiatif berbasis pengabdian masyarakat dapat menghasilkan dampak jangka panjang yang signifikan, mengatasi hambatan umum yang sering ditemukan dalam program serupa.

2.5. Penyusunan panduan dan buku

Sebagai hasil dari program ini, Tim KKN-PPM UGM juga menyusun panduan praktis dan buku yang berisi informasi penting bagi pelaku UMKM di Kecamatan Gedangsari. Panduan ini mencakup berbagai topik yang telah dibahas selama program, seperti cara memulai dan mengelola usaha, teknik produksi yang efisien, strategi pemasaran digital, serta tips untuk menjaga kualitas produk. Buku ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi pelaku usaha di Kecamatan Gedangsari dalam mengembangkan usaha mereka secara mandiri. Selain itu, buku ini juga berisi studi kasus tentang kesuksesan pengembangan Keripik Pisang Salut sebagai produk unggulan dari Kecamatan Gedangsari. Studi kasus ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi pelaku usaha

lainnya untuk berinovasi dan mengembangkan produk-produk lokal yang memiliki nilai tambah tinggi.

2.6. Kolaborasi dengan *stakeholder*

Program pengembangan UMKM ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa kolaborasi yang erat dengan berbagai *stakeholder*, termasuk pemerintah daerah, akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat setempat. Kolaborasi ini memastikan bahwa program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan lokal dan dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat di Kecamatan Gedangsari. Kolaborasi dengan pemerintah daerah, misalnya, sangat penting untuk memastikan bahwa program ini selaras dengan kebijakan dan prioritas pembangunan daerah. Sementara itu, kolaborasi dengan akademisi dari Universitas Gadjah Mada (UGM) memberikan landasan ilmiah yang kuat bagi program ini, sehingga dapat menghasilkan solusi yang efektif dan berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di Kecamatan Gedangsari (Jayani, 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Gedangsari, khususnya Desa Mertelu, merupakan wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan produk olahan pisang. Berada di bagian utara Kabupaten Gunungkidul, wilayah ini berbatasan langsung dengan beberapa kecamatan lain, yaitu Bayat dan Gantiwarno di Kabupaten Klaten pada bagian utara, serta Ngawen dan Nglipar di sisi timur. Luas wilayah Kecamatan Gedangsari sebesar 68,145 km² atau sekitar 4,59% dari total wilayah daratan Kabupaten Gunungkidul, menjadikannya salah satu wilayah dengan potensi agrikultur yang signifikan, terutama dalam komoditas pisang.

Sebagai daerah dengan hasil produksi pisang yang melimpah, Desa Mertelu memiliki kesempatan besar untuk mengembangkan produk olahan berbasis pisang. Namun, tantangan yang dihadapi masyarakat lokal, seperti keterbatasan akses pasar dan teknologi, menyebabkan potensi tersebut belum tergarap secara optimal. Untuk mengatasi permasalahan ini, Tim KKN-PPM UGM mengambil inisiatif untuk mengembangkan produk "Keripik Pisang Salut" sebagai bentuk diversifikasi produk pisang yang memiliki nilai tambah tinggi. Produk ini diharapkan dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lokal serta mengatasi kesulitan ekonomi yang sering dialami selama musim kemarau, ketika aktivitas pertanian menjadi terbatas.

3.1. Pendataan

Pendataan merupakan tahap awal yang sangat penting dalam proses pengembangan UMKM di Desa Mertelu. Melalui pendataan (**Gambar 1**), Tim KKN-PPM UGM berupaya mendapatkan gambaran yang jelas mengenai kondisi UMKM yang ada, baik dari segi potensi maupun tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Pendataan dilakukan melalui observasi langsung ke lapangan dan wawancara dengan berbagai pihak, termasuk pelaku usaha, pemerintah desa, dan tokoh masyarakat.

Dari hasil pendataan yang dilakukan, diketahui bahwa Desa Mertelu memiliki sekitar 50 pelaku UMKM yang mayoritas bergerak di bidang agrikultur, terutama dalam produksi pisang. Namun, dari jumlah tersebut, hanya sebagian kecil yang telah mengembangkan produk olahan pisang, sementara sisanya masih mengandalkan penjualan pisang segar dengan harga yang relatif rendah. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar untuk meningkatkan nilai tambah produk melalui diversifikasi olahan pisang, seperti Keripik Pisang Salut yang diusulkan oleh Tim KKN-PPM UGM.

Pendataan juga mengungkapkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Mertelu belum memiliki legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi produk. Ketidakhadiran legalitas ini menjadi salah satu hambatan utama bagi mereka untuk mengakses pasar yang lebih luas dan mendapatkan bantuan dari pemerintah. Oleh karena itu, pendataan ini tidak hanya digunakan

untuk memahami kondisi UMKM, tetapi juga menjadi dasar untuk merancang program pengembangan yang tepat sasaran, termasuk dalam aspek legalitas dan sertifikasi produk.



Gambar 1. Hasil pendataan jenis UMKM di Kalurahan Mertelu

3.2. Profil usaha dan solusi permasalahan

Usaha "Keripik Pisang Salut" (**Gambar 2**) adalah salah satu inisiatif yang muncul untuk mengatasi tantangan ini. Dengan menggunakan bahan baku pisang lokal, produk ini dikembangkan sebagai camilan yang dapat dipasarkan tidak hanya di Yogyakarta, tetapi juga di seluruh Indonesia. Produk ini memiliki tiga varian rasa, yaitu coklat, *green tea*, dan *red velvet*, yang diharapkan mampu menarik minat konsumen dari berbagai kalangan, terutama generasi muda yang cenderung menyukai inovasi rasa. Profil usaha ini menunjukkan bahwa "Keripik Pisang Salut" tidak hanya fokus pada produksi, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat lokal. Bahan baku pisang diambil langsung dari petani Desa Mertelu, yang kemudian diproses dan dikemas oleh warga setempat. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk pisang, tetapi juga memberikan dampak positif pada perekonomian lokal.



Gambar 2. Tampilan produk turunan pisang: (a) Sebelum KKN-PPM UGM; (b) Setelah KKN-PPM UGM

3.3. Legalitas usaha dan sertifikasi produk

Legalitas usaha merupakan aspek penting yang seringkali terabaikan oleh pelaku UMKM, terutama di daerah pedesaan seperti Desa Mertelu. Berdasarkan hasil pendataan, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha di Desa Mertelu belum memiliki NIB. Padahal, NIB merupakan dokumen penting yang memberikan pengakuan resmi dari pemerintah terhadap keberadaan usaha

tersebut. Tanpa NIB, pelaku UMKM akan kesulitan untuk mengakses berbagai program bantuan dan fasilitas dari pemerintah, seperti sertifikasi produk, pelatihan kewirausahaan, dan akses permodalan serta pasar yang lebih luas (BFI Finance, 2023).

Untuk mengatasi masalah ini, Tim KKN-PPM UGM melakukan program sosialisasi dan pendampingan pembuatan NIB dan sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Desa Mertelu. Dalam program ini, para pelaku UMKM dibimbing dalam proses pendaftaran NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS) yang dikelola oleh pemerintah. Selain itu, pelaku UMKM juga dibantu dalam proses sertifikasi halal, yang sangat penting mengingat mayoritas konsumen di Indonesia adalah Muslim. Sertifikasi halal tidak hanya memastikan bahwa produk aman dikonsumsi, tetapi juga meningkatkan daya saing produk di pasar lokal dan nasional.

Program ini menunjukkan hasil yang positif, dengan beberapa pelaku UMKM berhasil mendapatkan NIB dan sertifikasi halal. Hal ini tidak hanya memperkuat posisi usaha mereka di pasar, tetapi juga membuka peluang baru untuk mengembangkan usaha mereka lebih lanjut. Dengan legalitas yang lengkap, pelaku UMKM di Desa Mertelu kini memiliki akses ke berbagai program pemerintah, seperti pelatihan, bantuan modal, dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam pameran produk.

3.4. Sosialisasi dan pendampingan pengembangan kualitas usaha

Selain legalitas usaha, pengembangan kualitas produk juga menjadi fokus utama dalam program ini. Tim KKN-PPM UGM menyadari bahwa untuk bersaing di pasar, produk yang dihasilkan oleh UMKM harus memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, sosialisasi dan pendampingan dalam pengembangan kualitas produk menjadi salah satu kegiatan utama dalam program ini (**Gambar 3**).



Gambar 3. (a) Sosialisasi Program Produk Inovasi; (b) Tutorial foto produk

Sosialisasi tentang pentingnya kualitas produk dilakukan melalui beberapa sesi pelatihan, di mana pelaku UMKM diberikan pengetahuan tentang teknik produksi yang efisien, penggunaan bahan baku yang berkualitas, serta cara menjaga konsistensi rasa dan tekstur produk. Selain itu, pelatihan juga mencakup aspek *branding* dan *packaging*, yang sangat penting untuk menarik minat konsumen. Dalam hal ini, Tim KKN-PPM UGM bekerja sama dengan ahli desain kemasan untuk membantu pelaku UMKM dalam mendesain kemasan produk yang menarik dan sesuai dengan standar pasar (Wulandari, dkk., 2023).

Pendampingan juga dilakukan secara intensif, di mana Tim KKN-PPM UGM membantu pelaku UMKM dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah mereka peroleh selama pelatihan. Pendampingan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari proses produksi hingga pemasaran. Dalam produksi, Tim KKN-PPM UGM bekerja sama dengan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan proses produksi, termasuk dalam pemilihan bahan baku dan penggunaan peralatan yang efisien. Sementara itu, dalam pemasaran, pelaku UMKM didampingi dalam penggunaan teknologi digital untuk

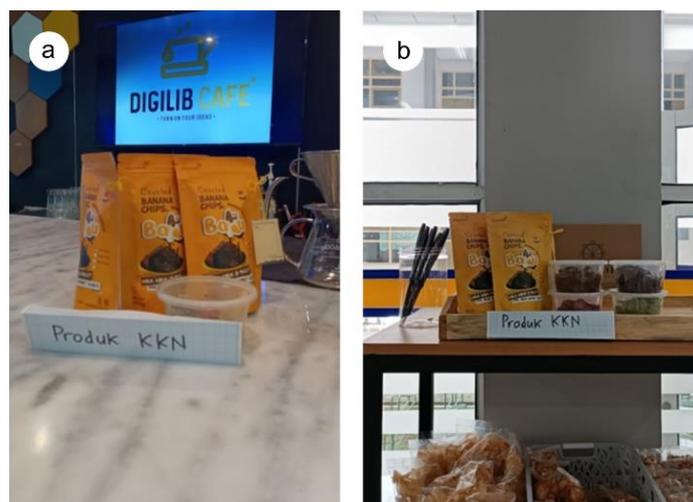
mempromosikan produk mereka melalui *platform e-commerce* seperti *Shopee* dan media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok*.

3.5. Optimalisasi penggunaan teknologi dalam pemasaran

Dalam era digital seperti sekarang, penggunaan teknologi dalam pemasaran menjadi sangat penting. Hal ini disadari oleh Tim KKN-PPM UGM, yang kemudian mengadakan program pelatihan khusus tentang pemasaran digital bagi pelaku UMKM di Desa Mertelu (**Gambar 4**). Program ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar mereka dengan memanfaatkan *platform* digital yang ada.



Gambar 4. Sosialisasi *copywriting*



Gambar 5. (a) Produk di salah satu cafe; (b) Produk di salah satu toko/mart

Pelatihan ini mencakup pengenalan berbagai *platform e-commerce* dan media sosial, serta cara menggunakannya untuk mempromosikan produk secara efektif. Pelaku UMKM diajarkan cara membuat akun di *platform e-commerce*, mengunggah produk, menulis deskripsi produk yang menarik, serta strategi untuk meningkatkan penjualan melalui promosi dan diskon. Selain itu, pelaku UMKM juga diajarkan tentang pentingnya interaksi dengan konsumen melalui media sosial, seperti menjawab pertanyaan pelanggan dan memberikan layanan yang responsif (Pratiwi, dkk., 2023).

Hasil dari program ini cukup menggembirakan, dengan beberapa pelaku UMKM berhasil meningkatkan penjualan produk mereka setelah memanfaatkan *platform* digital. Sebagai contoh, salah satu pelaku UMKM (**Gambar 5**) yang mengikuti program ini melaporkan peningkatan penjualan hingga 30% setelah menggunakan *Shopee* dan *Instagram* untuk memasarkan produk Keripik Pisang Salut mereka. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi

alat yang sangat efektif dalam mendukung pengembangan UMKM, terutama di daerah pedesaan yang memiliki akses terbatas ke pasar tradisional.

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kalurahan Mertelu, Gedangsari, berhasil mencapai target utama yaitu meningkatkan nilai tambah komoditas pisang melalui pengembangan produk inovatif berupa Keripik Pisang Salut dengan berbagai varian rasa. Program ini menunjukkan dampak yang signifikan, tidak hanya pada peningkatan pendapatan petani dan pelaku UMKM setempat, tetapi juga pada terciptanya lapangan pekerjaan baru dan penguatan *socio-entrepreneurship* di wilayah tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa pendekatan multistrategi yang diterapkan telah berhasil merespons kebutuhan lokal secara efektif.

Metode yang digunakan, termasuk pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, pelatihan, serta pendampingan intensif, sangat sesuai dengan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat, seperti rendahnya nilai jual pisang dan keterbatasan akses pasar. Hasilnya, program ini tidak hanya memberikan solusi praktis, tetapi juga menciptakan model pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan. Salah satu indikator keberlanjutan adalah keberhasilan pelaku UMKM dalam menjaga operasional usaha mereka hingga dua tahun setelah program KKN berakhir, yang membedakannya dari program pengabdian masyarakat lainnya yang umumnya berhenti setelah masa implementasi selesai.

Dampak positif dari kegiatan ini terlihat dalam berbagai aspek:

1. Kualitas produk dan jangkauan pasar: UMKM setempat mampu meningkatkan kualitas produk mereka melalui inovasi rasa dan desain kemasan yang menarik, serta memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan *platform* digital seperti *e-commerce*.
2. Manajemen usaha: Pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha mereka, termasuk aspek keuangan, pemasaran, dan legalitas usaha.
3. Kesadaran legalitas dan sertifikasi produk: Masyarakat semakin menyadari pentingnya legalitas usaha dan sertifikasi produk untuk meningkatkan daya saing di pasar nasional, sejalan dengan temuan [Wulandari, dkk. \(2023\)](#) tentang pentingnya legalitas dalam memperluas akses pasar UMKM.

Keberhasilan program ini juga menunjukkan relevansi pendekatan *socio-entrepreneurship* dalam mengintegrasikan misi sosial dan ekonomi. Pendekatan ini berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengorbankan keberlanjutan usaha. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh [Thaha \(2020\)](#), yang menekankan bahwa pengembangan UMKM berbasis inovasi memiliki potensi besar untuk menciptakan dampak jangka panjang pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Rekomendasi untuk pemberdayaan berkelanjutan agar dampak positif ini terus dirasakan, disarankan untuk:

1. Melanjutkan pelatihan dan pendampingan: Fokus pada peningkatan literasi digital dan pengelolaan keuangan, sehingga pelaku UMKM dapat semakin adaptif terhadap perubahan pasar.
2. Peningkatan infrastruktur: Penyediaan akses internet di wilayah pedesaan perlu ditingkatkan guna mendukung pemasaran digital yang lebih optimal.
3. Replikasi program di wilayah lain: Model pemberdayaan ini dapat diterapkan di daerah lain dengan potensi agrikultur yang serupa, untuk memaksimalkan dampak positif pada skala yang lebih luas.

Kesimpulannya, Program Keripik Pisang Salut menjadi contoh nyata bagaimana pengabdian masyarakat yang dirancang dengan pendekatan multistrategi dan berfokus pada keberlanjutan dapat menciptakan perubahan signifikan dan bertahan dalam jangka panjang. Hal ini menguatkan pentingnya inovasi dan kolaborasi dalam pemberdayaan masyarakat untuk mencapai hasil yang berkelanjutan.

Meskipun program pengembangan UMKM di Desa Mertelu menunjukkan hasil yang positif, tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada berbagai tantangan dan hambatan yang harus dihadapi. Salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang membuat mereka sulit untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Selain itu, keterbatasan infrastruktur, seperti akses internet yang belum merata di seluruh wilayah Desa Mertelu, juga menjadi hambatan yang signifikan dalam penerapan pemasaran digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil program ini, Tim KKN-PPM UGM merekomendasikan beberapa langkah lanjutan untuk mendukung keberlanjutan pengembangan UMKM di Desa Mertelu. Pertama, perlu dilakukan pelatihan lanjutan tentang literasi digital dan pemasaran *online*, agar pelaku UMKM dapat lebih mahir dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha mereka. Pelatihan ini dapat bekerja sama dengan lembaga-lembaga yang memiliki keahlian di bidang teknologi digital dan *e-commerce*. Kedua, perlu adanya peningkatan infrastruktur, terutama akses internet di wilayah pedesaan, agar pelaku UMKM dapat lebih mudah mengakses *platform* digital. Pemerintah daerah dan pihak swasta diharapkan dapat bekerja sama untuk memperluas jaringan internet ke seluruh wilayah Desa Mertelu. Ketiga, perlu dilakukan program pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan dalam hal legalitas usaha dan sertifikasi produk. Pendampingan ini dapat melibatkan lebih banyak pihak, termasuk pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat, untuk memastikan bahwa semua pelaku UMKM di Desa Mertelu memiliki legalitas usaha yang lengkap dan sertifikasi produk yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar. Keempat, perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari program ini terhadap kesejahteraan masyarakat Desa Mertelu. Penelitian ini dapat melibatkan partisipasi dari berbagai *stakeholder*, termasuk pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan akademisi, untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang keberhasilan program ini dan potensi pengembangannya di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam keberhasilan program pengabdian ini. Pertama-tama, penulis berterima kasih kepada Universitas Gadjah Mada atas dukungan dan kesempatan yang diberikan. Selanjutnya, penghargaan dan terima kasih juga disampaikan kepada Aparat Pemerintah serta masyarakat Desa Mertelu atas sambutan yang hangat, keramahan, dan dukungan mereka selama kegiatan pengabdian berlangsung. Penulis juga berterima kasih kepada para pendamping lapangan, dosen pembimbing, serta staf universitas yang telah memberikan arahan, dukungan, dan bimbingan selama pengabdian ini. Terakhir, penulis menghaturkan terima kasih kepada rekan-rekan mahasiswa yang telah bekerja keras dalam menjalankan pengabdian ini. Semua upaya dan kolaborasi ini tidak hanya mendorong perubahan, tetapi juga menjadi contoh nyata tentang bagaimana pengabdian kepada masyarakat dapat menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). Indonesia punya UMKM terbanyak di ASEAN, bagaimana daya saingnya? *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/2c7a123af18312b/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>
- BFI Finance. (2023). NIB adalah: Definisi, manfaat, syarat dan cara membuatnya. *BFI Finance*. <https://digital-ui.uat.bfi.co.id/id/blog/nib-adalah-definisi-syarat-dan-cara-membuatnya>
- BPS Gunung Kidul. (2022). *Kecamatan Gedangsari dalam angka 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunung Kidul.

- <https://gunungkidulkab.bps.go.id/id/publication/2022/09/26/9e149c7fd71702eb3bc11964/kecamatan-gedangsari-dalam-angka-2022.html>
- Darmansah, A., Sulistiono, Nugroho, T., & Supriyono, E. (2016). Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan budidaya ikan lele di Desa Balongan, Indramayu, Jawa Barat. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 8–16. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/j-agrokreatif/article/view/13623>
- Gurel, E. & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *The Journal of International Social Research*, 10, 994–1006.
- Jayani, D. H. (2021). Jumlah pengunjung Tokopedia kalahkan Shopee pada kuartal I-2021. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/8c093d2c3ff784b/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021>
- Katadata. (2022). The impact of digitalization on MSMEs in Indonesia. *Katadata Research*.
- Mahdi, R. (2022). The role of MSMEs in Indonesian economy. *Economic Journal of Indonesia*, 18(1), 30–45.
- Pratiwi, I., Mahdi, R., & Wulandari, C. (2023). Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM di Indonesia. *Journal of Digital Marketing*, 10(1), 120–135.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. Holt, Rinehart and Winston.
- Sumodiningrat, G. (1999). *Pemberdayaan masyarakat dan jaringan pengaman sosial*. Gramedia Pustaka Utama.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/607>
- Wulandari, C., Pratiwi, I., & Mahdi, R. (2023). Enhancing local product value through MSME development. *Journal of Community Development*, 5(1), 89–105