

**INOVASI OLAHAN PISANG DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI
UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI DESA KALUMPANG,
KECAMATAN KALUMPANG, HULU SUNGAI SELATAN**

***Innovation in Banana Processing and Digital Marketing Strategy as an Effort to
Empower the Community in Kalumpang Village, Kalumpang District, Hulu Sungai
Selatan***

**Zaid Muttaqin¹, Maryetta Eiffel Girsang¹, Diah Apriyani¹, Wulida Tria Rizky¹, Inanda Mutiara Latifah¹
dan Ahmad Yousuf Kurniawan^{1*}**

¹Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

*Corresponding author: yousuf_kurniawan@ulm.ac.id

Diterima: 24 September 2025; Disetujui: 30 April 2026; Diterbitkan: 31 Agustus 2026

ABSTRAK

Sebagian masyarakat di Desa Kalumpang, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, mengandalkan pertanian pisang sebagai sumber penghasilan utama. Namun, hasil panen pisang umumnya dijual dalam bentuk segar dengan harga rendah akibat metode pematangan yang kurang optimal. Potensi pengolahan pisang menjadi produk bernilai tambah, seperti keripik, belum dimaksimalkan karena keterbatasan pengetahuan dan akses pemasaran. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan kelompok petani dan ibu rumah tangga dalam mengolah buah pisang menjadi produk olahan bernilai jual tinggi serta menguasai teknik pemasaran digital. Dengan menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA), pelatihan dilakukan dengan melibatkan 10 peserta secara langsung dalam sesi diskusi dan praktik. Materi pelatihan mencakup inovasi produk (pembuatan keripik pisang karamel) dan strategi pemasaran melalui media sosial. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan pendekatan pre-test dan post-test. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Tingkat antusiasme dan partisipasi peserta juga sangat tinggi. Diharapkan kegiatan ini menjadi langkah awal untuk pengembangan usaha mandiri dan dapat dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci: Desa Kalumpang; Keripik Pisang; Nilai Tambah; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRACT

A part of residents in Kalumpang Village, Hulu Sungai Selatan Regency, rely on banana farming as their primary source of income. However, the harvested bananas are typically sold fresh at low prices due to suboptimal ripening methods. The potential for processing bananas into value-added products, such as chips, remains underdeveloped due to limited knowledge and marketing access. The objective of this community service activity was to enhance the skills and knowledge of a group of farmers and housewives in processing bananas into high-value products and mastering digital marketing techniques. Using the Participatory Learning and Action (PLA) method, the training involved 10 participants directly in discussion and practical sessions. The training materials covered product innovation (caramelized banana chip production) and social media marketing strategies. Activity evaluation was conducted using a pre-test and post-test approach. The results indicate a significant increase in the participants' understanding and skills. The level of enthusiasm and

participation was also notably high. It is hoped that this activity serves as a starting point for developing independent businesses and can be followed by continuous mentoring to ensure the sustainability of the community's economy.

Keywords: *Community Empowerment; Added Value; Digital Marketing; Banana Chips; Kalumpang Village*

I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu bidang yang di upayakan untuk pengembangan agribisnis. Menurut Puspapratiwi & Monggesang (2020), sektor pertanian dibagi menjadi subsektor tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan dan perikanan. Sebagai negara agraris, Indonesia memenuhi kebutuhan hidup masyarakatnya dari hasil bertani. Sektor pertanian menjadi salah satu sektor yang terus diandalkan untuk menunjang laju pertumbuhan ekonomi nasional. Pembangunan agribisnis di Indonesia di dukung dengan adanya sumberdaya alam yang menciptakan industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien, fleksibel, menciptakan nilai tambah, lapangan kerja dan memperbaiki pendapatan masyarakat (Simin, 2014).

Pembangunan agroindustri dengan bahan baku yang tersedia dalam jumlah dan waktu yang sesuai, merupakan syarat kecukupan untuk memproduksi secara berkelanjutan. Agroindustri merupakan perpaduan antara pertanian dan industri dimana kemudian keduanya menjadi sistem pertanian dengan berbasis industri yang terkait dengan pertanian terutamanya pada sisi penanganan paska panen (Sari, 2023). Salah satu komoditi tanaman pangan yang mampu mendukung berdirinya beberapa agroindustri adalah buah pisang.

Pisang merupakan salah satu komoditas tanaman hortikultura yang mendukung berdirinya industri pengolahannya. Tanaman pisang adalah salah satu komoditas hortikultura dari kelompok buah-buahan yang saat ini cukup diperhitungkan. Dengan bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi dimana pisang merupakan sumber vitamin, mineral dan juga karbohidrat maka pengembangan komoditas pisang bertujuan memenuhi kebutuhan akan konsumsi buah-buahan (Apriyani et al., 2020).

Namun demikian, produksi pisang yang melimpah seringkali tidak diimbangi dengan penanganan pascapanen yang baik sehingga menyebabkan tingkat kehilangan hasil (*losses*) yang cukup tinggi. Pisang termasuk buah klimakterik yang cepat mengalami kerusakan fisik maupun penurunan kualitas bila tidak segera dikonsumsi atau diolah. Kondisi ini menimbulkan permasalahan dalam pemasaran, terutama ketika terjadi kelebihan produksi yang berujung pada rendahnya harga jual di tingkat petani. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam bentuk pengolahan untuk memperpanjang umur simpan pisang sekaligus meningkatkan nilai tambahnya.

Salah satu bentuk pengolahan pisang yang cukup populer adalah keripik pisang. Produk ini memiliki keunggulan berupa cita rasa yang disukai konsumen, daya simpan yang lebih lama, serta potensi pasar yang luas baik di tingkat lokal maupun nasional. Keripik pisang juga dapat dikembangkan dalam berbagai varian rasa dan kemasan modern, sehingga mampu menarik minat konsumen yang lebih beragam. Pengolahan pisang menjadi keripik tidak hanya memberikan nilai tambah dari sisi ekonomi, tetapi juga membuka peluang usaha baru, menyerap tenaga kerja, dan memberdayakan masyarakat sekitar.

Nilai tambah merupakan pengolahan hasil suatu produk pertanian yang dilakukan produsen untuk meningkatkan nilai jual dan nilai guna produk salah satunya melalui proses pengolahan. Pengolahan yang baik dari produk tersebut dapat menambah nilai dari barang pertanian sehingga mampu menarik konsumen dan meningkatkan pemasaran dari produk tersebut (Siregar et al., 2021).

Nilai tambah juga menawarkan berbagai variasi produk sesuai dengan kebutuhan manusia. Kripik pisang khas Kalumpang merupakan salah satu bentuk UMKM yang direncanakan untuk dikembangkan di Desa Kalumpang. Pemilihan usaha ini didasarkan pada potensi lokal, yaitu melimpahnya tanaman pisang yang banyak tumbuh di desa tersebut sehingga mudah diperoleh sebagai bahan baku. Kripik pisang diolah menjadi produk dengan dua varian rasa, yaitu karamel serta gula merah pedas, yang diharapkan mampu menarik minat konsumen. Dengan adanya proses pengolahan, pisang yang semula memiliki daya simpan singkat dapat diubah menjadi kripik dengan masa simpan lebih panjang, yakni sekitar 3–6 bulan, serta

memberikan nilai ekonomi yang lebih tinggi. Pengabdian pengolahan keripik pisang dan inovasinya sudah banyak dilakukan di beberapa daerah. Sianturi et al (2024) memanfaatkan pelepah pisang menjadi keripik, Husna et al (2023) memasarkan keripik pisang melalui media digital, dan Kusnandar et al (2023) yang menitik beratkan pada inovasi kemasan dan labelling.

Pengabdian ini menggabungkan pengabdian yang dilakukan sebelumnya di atas, yaitu memfokuskan pada pelatihan pengolahan pisang menjadi keripik caramel, pengemasan dan pemasaran melalui media social. Pengabdian ini adalah penyuluhan dan pelatihan berbasis *Participatory Learning and Action* (PLA), yang melibatkan peserta, yaitu ibu-ibu rumah tangga secara aktif dalam proses pembelajaran. Teknik ini juga telah digunakan oleh Sianturi et al (2024), Putri et al (2021), dan Kusnandar et al (2023).

Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan peningkatan nilai tambah pisang menjadi keripik pisan caramel khas Desa Kalumpang dengan menggunakan metode PLA.

II. METODE

Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Kalumpang, Kecamatan Kalumpang, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Kegiatan dimulai dari persiapan, identifikasi permasalahan hingga pelaksanaan pelatihan meningkatkan nilai tambah buah pisang pada tanggal 24 Agustus 2025. Pelatihan program nilai tambah buah pisang ini untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada 10 peserta yang hadir dari petani maupun masyarakat sekitar.

Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam kegiatan ini diantaranya adalah alat tulis, dan laptop. Sementara bahan yang digunakan adalah modul pelatihan meningkatkan nilai tambah buah, menggunakan kuesioner *post-test*, dan kuesioner evaluasi kegiatan.

Metode Pengabdian

Teknik utama yang diterapkan adalah penyuluhan dan pelatihan berbasis *Participatory Learning and Action* (PLA), yang melibatkan peserta secara aktif dalam proses pembelajaran. PLA adalah pendekatan partisipatif dalam pengabdian masyarakat yang menekankan keterlibatan aktif komunitas dalam proses pembelajaran, perencanaan, dan pengambilan tindakan untuk menyelesaikan masalah atau mencapai tujuan bersama. PLA berfokus pada pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan pengetahuan lokal, mendorong dialog, dan memfasilitasi solusi berbasis komunitas (Affan (2022), Chamber (1997), Mikkelsen (2005)). Pendekatan ini sering digunakan dalam pengabdian masyarakat, khususnya untuk program pemberdayaan ekonomi seperti pelatihan pengolahan produk lokal (misalnya, keripik pisang karamel) dan pemasaran digital untuk ibu rumah tangga.

Teknik ini mencakup:

1. Penyuluhan materi teori, yaitu penyampaian informasi tentang proses pengolahan pisang serang menjadi keripik karamel (pemilihan pisang matang, pengirisan tipis, perendaman, penggorengan, dan pelapisan karamel untuk meningkatkan rasa dan daya tahan produk, sehingga nilai tambah ekonomis mencapai 30-50% dari harga pisang mentah). Selain itu, materi mencakup strategi pemasaran digital seperti pembuatan konten foto/video produk di Instagram atau Facebook, penggunaan hashtag, dan promosi online untuk menjangkau pasar luas.
2. Demonstrasi dan praktik langsung, dimana peserta (ibu rumah tangga) diajak mempraktikkan pembuatan keripik karamel di lokasi kegiatan, termasuk pengemasan sederhana untuk meningkatkan daya jual.
3. Pendampingan pemasaran, yaitu bimbingan penggunaan media sosial untuk posting produk, interaksi dengan konsumen, dan analisis sederhana penjualan online.

Karakteristik utama PLA, yaitu: partisipatif, berbasis pengetahuan local, proses pembelajaran interaktif, ada aksi dan refleksi, dan evaluasi partisipatif (Affan, 2022). Teknik ini dipilih karena sesuai dengan sasaran ibu rumah tangga yang biasanya memiliki waktu fleksibel untuk praktik rumah tangga, dan dapat meningkatkan pendapatan keluarga melalui UMKM rumahan.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

a. Persiapan

Dari hasil observasi di lingkungan Desa Kalumpang dan sekitarnya banyak warga menanam pohon pisang. Desa ini juga menjadi lokasi strategis kegiatan pengabdian masyarakat, melalui program Magang-Rekognisi. Persiapan kegiatan dilakukan dengan adanya diskusi ini bertujuan untuk mengidentifikasi untuk dapat ditingkatkan guna membekali masyarakat sekitar dengan pengetahuan yang lebih baik.

Tahap identifikasi ini berhasil mengungkapkan potensi yang dimiliki serta tantangan yang dihadapi oleh masyarakat di desa tersebut. Kendala utama Adalah masih terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang pengolahan pisang lebih lanjut dan yang sedang trend. Pisang kebanyakan diolah menjadi keripik saja. Kendala lain yang dihadapi yaitu jarang nya masyarakat desa menggunakan handphone dan mengenal media sosial, Hal ini menjadi salah satu faktor penghambat untuk memperoleh informasi yang relevan dan sedang trend untuk meningkatkan nilai tambah penghasilan masyarakat sekitar. Untuk mengatasi masalah ini maka dilakukan penyuluhan peningkatan nilai tambah pisang menjadi keripik karamel dan penggunaan media sosial untuk meningkatkan penghasilan dari usaha keripik pisang yang lebih modern, sehingga terbuka akses yang lebih luas.

b. Pelatihan Nilai Tambah Pisang dan Pemasaran Digital

Pelatihan peningkatan nilai tambah yang diadakan untuk masyarakat di Desa Kalumpang, secara sederhana dilakukan di depan rumah warga agar tercipta kondisi informal yang tidak kaku dan penuh kekeluargaan. sehingga peserta lebih rileks dan antusias dalam mendengarkan pemaparan materi. Materi pelatihan berfokus pada memberikan wawasan mengenai pentingnya penerapan strategi pemasaran digital dalam usaha keripik pisang ataupun usaha yang lain.

Materi yang disampaikan melalui metode presentasi yang interaktif, dilanjutkan dengan diskusi yang bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan yang dirasakan, seberapa memahami nilai ekonomi dari pengolahan pisang, mengukur dampak pelatihan secara personal dan minat untuk berwirausaha, dan memberikan ruang bagi peserta agar bersifat reflektif dan partisipatif. Pendekatan ini bertujuan agar peserta dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh secara praktis untuk mendukung keberhasilan usaha mereka dalam jangka panjang.

c. Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Evaluasi kegiatan pelatihan nilai tambah dari buah pisang yang diikuti oleh masyarakat Desa Kalumpang bertujuan untuk menilai efektivitas dari pelatihan, dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Mengukur tingkat pemahaman, digunakan metode post-test secara langsung kepada audiens saat pemaparan materi maupun sesudah pemaparan materi. Metode evaluasi pre-test dan post-test, bersama dengan pemantauan mingguan, telah digunakan untuk menilai dampak program-program pelatihan pemasaran dan pencatatan digital pada aktivitas usaha (Pramartha et al., 2023; Vasco AH et al., 2022).

Hasil dari post-test yang disampaikan secara langsung memberi gambaran seberapa paham dari materi yang disampaikan selama pelatihan berlangsung. Terdapat 10 pertanyaan yang diberikan kepada peserta.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa Kalumpang

Desa Kalumpang terletak di kecamatan Kalumpang, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan. Dengan jumlah penduduk sekitar 6.674 jiwa-terdiri dari 3.413 jiwa laki-laki dan 3.261 jiwa perempuan dengan kepadatan penduduk mencapai 46 jiwa/km² (BPS, 2024). Desa Kalumpang terletak di Kecamatan Kalumpang, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Provinsi Kalimantan Selatan. Desa ini memiliki sejarah yang dimulai dari persawahan, menjadi perkampungan, dan pada tahun 1983 dimekarkan dari Desa Padarincang menjadi desa mandiri. Desa ini terbagi menjadi dua Rukun Warga (RW) dan empat Rukun Tetangga (RT), dengan beberapa RT dikenal dengan sebutan lokal seperti "pasar" (RT.1), "hilir", "hulu" (RT.2), "Baruh" (RT.3), dan "Bandung" (RT.4).

Tabel 1. Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Desa di Kecamatan Kalumpang, 2021

Desa	Jenis Kelamin			Rasio Jenis Kelamin
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	
Balimau	461	427	888	107,96
Karang Paci	338	287	625	117,77
Bago Tanggul	268	236	504	113,56
Karang Bulan	265	253	518	104,74
Balanti	358	316	674	113,29
Kalumpang	472	483	955	97,72
Tambikar	427	412	839	103,64
Sirih	498	525	1023	94,86
Sirih Hulu	391	379	770	103,17
Jumlah	3478	3318	6796	104,82

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Hulu Sungai Selatan/

Berdasarkan Tabel 1, distribusi penduduk di Kecamatan Kalumpang tahun 2021 menunjukkan variasi komposisi antara laki-laki dan perempuan pada tiap desa. Beberapa desa memiliki proporsi laki-laki yang lebih tinggi, misalnya Desa Karang Paci (rasio 117,77), sedangkan Desa Sirih menunjukkan dominasi perempuan (rasio 94,86). Desa Kalumpang relatif seimbang dengan 472 laki-laki dan 483 perempuan (rasio 97,72). Secara keseluruhan, jumlah penduduk kecamatan tercatat 6.796 jiwa dengan rasio jenis kelamin rata-rata 104,82.

Tabel 2. Persentase Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Desa di Kecamatan Kalumpang, 2021

Desa	Persentase Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk per km ²
Balimau	13,07	23,48
Karang Paci	9,20	74,58
Bago Tanggul	7,24	40,22
Karang Bulan	7,62	45,16
Balanti	9,92	65,76
Kalumpang	14,05	46,54
Tambikar	12,35	63,04
Sirih	15,05	101,39
Sirih Hulu	11,33	71,96
Jumlah/Rata-rata	100,00	184,75

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Hulu Sungai Selatan

Tabel 2 menyajikan persentase distribusi penduduk dan tingkat kepadatan penduduk per km² di masing-masing desa di Kecamatan Kalumpang. Desa Sirih menempati posisi tertinggi, baik dari segi persentase jumlah penduduk (15,05%) maupun tingkat kepadatan (101,39 jiwa/km²). Hal ini menunjukkan bahwa desa tersebut lebih padat dibandingkan desa lain. Sebaliknya, Desa Balimau memiliki persentase penduduk terendah (13,07%) dengan kepadatan paling rendah pula, yaitu 23,48 jiwa/km². Sementara itu, Desa Kalumpang menyumbang 14,05% dari total penduduk kecamatan dengan kepadatan penduduk 46,54 jiwa/km². Jika dibandingkan antar desa, terlihat bahwa distribusi penduduk di Kecamatan Kalumpang belum merata, di mana terdapat desa dengan kepadatan sangat tinggi dan ada pula desa dengan kepadatan yang relatif rendah. Keadaan ini dapat berimplikasi pada perbedaan kebutuhan pembangunan, pemanfaatan lahan, serta penyediaan sarana dan prasarana antar wilayah desa.

Desa Kalumpang memiliki karakteristik unik dengan jumlah penduduk terpadat dan terbesar kedua di wilayahnya. Potensi ini sangat signifikan, terutama dalam bidang pemasaran. Kepadatan penduduk menjadi modal utama karena menciptakan target pasar yang luas dan terkonsentrasi di satu lokasi. Ini memungkinkan berbagai usaha, baik skala mikro maupun besar, untuk menjangkau konsumen secara lebih efisien tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk distribusi jarak jauh.

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pelatihan pembuatan dan pemasaran keripik pisang karamel di Desa Kalumpang, Kabupaten Kandangan, diikuti oleh 10 peserta yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga serta seorang bapak pemilik kebun pisang. Peserta yang hadir rata-rata berusia 40 hingga 60 tahun. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan memberikan keterampilan baru, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan ekonomi keluarga di usia paruh baya. Pemilihan peserta dari kalangan ibu rumah tangga dilakukan karena mereka dinilai memiliki waktu yang bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha rumahan, sedangkan keterlibatan bapak pemilik kebun pisang memberi nilai tambah karena dapat menyuplai langsung bahan baku utama dalam proses produksi. Meskipun sebagian besar peserta berada pada usia tidak muda lagi, semangat mereka dalam mengikuti pelatihan sangat tinggi, baik dalam praktik pembuatan produk maupun dalam memahami dasar-dasar pemasaran. Hal ini menunjukkan adanya potensi besar untuk mengembangkan usaha kecil berbasis olahan pisang bernilai tambah. Diharapkan, melalui pelatihan ini para peserta tidak hanya mampu memproduksi untuk konsumsi sendiri, tetapi juga dapat memasarkan produk mereka sehingga berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan keluarga dan memperkuat perekonomian desa.



Gambar 1. Pemberian materi nilai tambah pisang dan pembuatan keripik pisang beserta pemasarannya

Sesi pelatihan diawali dengan kegiatan tanya jawab ringan bersama peserta, yang bertujuan untuk mencairkan suasana sekaligus menggali pengetahuan awal mereka sebelum memasuki materi inti. Setelah itu, narasumber menyampaikan pemaparan materi yang mencakup beberapa hal penting, antara lain penjelasan mengenai konsep nilai tambah dari produk olahan, perhitungan modal yang dibutuhkan dalam pembuatan keripik pisang karamel, teknik pengemasan yang baik dan menarik, penggunaan logo sebagai identitas produk, serta strategi penjualan dengan memanfaatkan media sosial. Materi ini disampaikan secara runtut dan mudah dipahami, sehingga peserta dapat menangkap esensi dari setiap bagian pembahasan.

Usai penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengklarifikasi hal-hal yang belum dipahami sekaligus membagikan pengalaman mereka, khususnya mengenai pemanfaatan media sosial. Sebagai bentuk praktik langsung, peserta juga berkesempatan mencicipi produk keripik pisang karamel yang telah diolah oleh pemateri, sehingga mereka tidak hanya menerima penjelasan secara teori, tetapi juga bisa merasakan kualitas hasil produk yang diharapkan. Pada akhir kegiatan, kembali dibuka sesi tanya jawab yang lebih luas, di mana peserta dapat menyampaikan pertanyaan, saran, maupun masukan kepada narasumber. Melalui rangkaian sesi tersebut, pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga mendorong peserta untuk lebih percaya diri dalam mengembangkan produk olahan pisang sebagai usaha rumahan yang bernilai tambah.



Gambar 2. Foto bersama pemateri dengan peserta

Analisis Hasil Kegiatan

Pelatihan pembuatan dan pemasaran keripik pisang karamel di Desa Kalumpang diikuti oleh 10 orang peserta, sebagian besar ibu rumah tangga berusia 40–60 tahun, serta seorang bapak pemilik kebun pisang. Antusiasme peserta cukup tinggi meskipun rata-rata usia mereka sudah tidak muda. Materi yang diberikan mencakup konsep nilai tambah produk, perhitungan modal usaha, teknik pengemasan, identitas produk (logo), serta strategi pemasaran menggunakan media sosial. Peserta terlihat lebih cepat memahami bagian praktik pembuatan keripik dibandingkan pemasaran digital, karena sebagian besar masih jarang menggunakan media sosial. Hasil post-test yang diberikan menunjukkan peningkatan pemahaman setelah materi disampaikan. Secara umum, peserta sudah memahami pentingnya pengolahan pisang menjadi produk bernilai jual lebih tinggi, serta menyadari potensi media sosial sebagai sarana pemasaran, meskipun masih ada beberapa yang memerlukan pendampingan lebih lanjut dalam praktik digital marketing. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan peserta tidak hanya mampu memproduksi keripik pisang untuk konsumsi keluarga, tetapi juga berani menjadikannya usaha kecil rumahan yang dapat membantu meningkatkan pendapatan keluarga.

Tabel 3. Pemahaman Peserta Pelatihan terhadap materi yang diberikan

Materi Pelatihan	Pre-test		Post-test		Total N
	n	%	n	%	
<i>Pengolahan keripik pisang karamel</i>	3	30%	9	90%	10
<i>Pemasaran digital</i>	1	10%	5	50%	10

Berdasarkan Tabel 3, terlihat bahwa pemahaman peserta mengenai pengolahan keripik pisang mengalami peningkatan signifikan, dari 30% sebelum pelatihan menjadi 90% setelah pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa materi praktik pembuatan produk lebih mudah dipahami dan diterapkan oleh peserta. Sementara itu, pemahaman terhadap pemasaran digital juga mengalami peningkatan, meskipun tidak sebesar pada aspek pengolahan. Sebelum pelatihan hanya 10% peserta yang memahami dasar pemasaran melalui media sosial, dan setelah pelatihan meningkat menjadi 50%. Peningkatan ini menandakan bahwa meskipun peserta masih menghadapi kendala dalam penggunaan teknologi, pelatihan telah memberikan pengetahuan baru yang dapat menjadi bekal untuk mengembangkan usaha ke depan.



Gambar 3. Pengajuan Pertanyaan Pre-Test secara Langsung kepada Peserta



Gambar 4. Pengajuan Pertanyaan Post-Test secara Langsung kepada Peserta

IV. KESIMPULAN

Pelatihan tentang peningkatan nilai tambah pisang di Desa Kalumpang berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang cara mengolah pisang menjadi produk dengan nilai jual yang lebih tinggi, yaitu keripik pisang. Peserta pelatihan menunjukkan pemahaman yang baik tentang proses produksi, dibuktikan dengan peningkatan tingkat pemahaman mereka dari 30% menjadi 90% setelah mengikuti pelatihan. Namun, pemasaran digital tetap menjadi tantangan karena keterbatasan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial, meskipun pemahaman mereka meningkat dari 10% menjadi 50%.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memiliki dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat, terutama bagi ibu rumah tangga dan petani pisang, dengan membuka peluang usaha baru berdasarkan produk lokal. Di masa depan, bantuan berkelanjutan diperlukan, terutama dalam hal pemasaran digital, pengembangan produk, dan manajemen usaha agar usaha keripik pisang gaya Kalumpang dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini terlaksana berkat Program KKN Magang MK Rekognisi MBKM Membangun Desa Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. 2022. Metodologi Pengabdian Masyarakat. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam.
- Apriyani, R., Setiawan, I., & Setia, B. (2020). Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang di Kecamatan Bojongasih Kabupten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 868-877.
- Chambers, R. (1997). *Whose Reality Counts? Putting the First Last*. London: Intermediate Technology Publications.
- Puspapratiwi, D., Monggesang, G. C. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Singkong Di CV. Aulia Food Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai *jurnal Celebes agricultural*, 1(1), 22-28.
- Husna, L. (2023). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Bisnis Keripik Pisang. *Academia.edu (Jurnal Pengabdian Masyarakat)*.

- Mikkelsen, B. (2005). *Methods for Development Work and Research: A New Guide for Practitioners*. New Delhi: Sage Publications.
- Kusnandar, D. L., Mulyana, D., Sari, D. P., & Sahroni, N. (2023). Pengembangan Usaha Keripik Pisang Melalui Inovasi Kemasan, Labelling, dan Penggunaan Digital Marketing. *DHIGANA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 65-76.
- Putri, C. A., & Nugrahini, D. S. (2021). Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Penyuluhan Inovasi Produk dan Pemasaran Online Kerupuk Lontong. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 204-226.
- Pramartha, A. G. Y., Arjana, I. G., Adnyana, I. G., & Mardana, I. B. P. (2024). PENGEMBANGAN SENTRA AGROFORESTRY TOURISM BERBASIS BUAH PREMIUM DAN TANI-TERNAK BERTEKNOLOGI SMART FARMING DI DESA SELAT, BULELENG-BALI. In *Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*, 9 (1): 1568-1589.
- Sari, A. M. (2023). Pengertian Agroindustri, Peran Karakteristik, dan Permasalahan dalam pengembangan. *Jurnal UMSU*. 2 (4).
- Sianturi, R. J., Romadhona, S. N., Aprilia, A., Racsyah, R. R., Sitorus, I., Nizar, D, Z, L., Nova, R. D. & Widyastuti, D. (2024). Optimalisasi Potensi Lokal Melalui Pemanfaatan Limbah Pelepah Pisang Menjadi Keripik di Desa Suka Agung, Mesuji. *Jurnal Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Lampung*, 8(1), 224-232.
- Simin, I. (2014). Analisis nilai tambah buah pisang menjadi keripik pisang pada industri rumah tangga sofie di Kota Palu. *e-J. Agrotekbis*, 2 (5), 510-516
- Siregar, S., Siregar, G., & Irmala, E. (2021). Nilai Tambah Dan Kelayakan Usaha Keripik Pisang Gosong Skala Industri Rumah Tangga Di Desa Teratak Perkebunan Sei Bejangkar Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batubara. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1127–1137.
- Vasco, A. H., Situmorang, J. M. H., Febriyani, H., Christy, J., & Ventyani, V. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing untuk Pengembangan UMKM di SML UMKM Centre. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah*, 14(02), 142-148.